



Universidade do Minho

Instituto de Ciências Sociais

João Pedro Gonçalves Mendes Peixoto

Efeito Correio da Manhã: Mudança em Curso no Jornalismo Português?

Relatório de Estágio
Mestrado em Ciências da Comunicação
Área de Especialização em Informação e Jornalismo

Trabalho efetuado sob a orientação do
Professor Doutor Manuel Pinto

Julho de 2017

DECLARAÇÃO

Nome: João Pedro Gonçalves Mendes Peixoto

Endereço Eletrónico: joapedrogmpeixoto@gmail.com

Telefone: 915171282

Número de Cartão de Cidadão: 13855465

Título do Relatório: Efeito Correio da Manhã: Mudança em Curso no Jornalismo Português?

Orientador:

Professor Doutor Manuel Pinto

Ano de Conclusão: 2017

Designação do Mestrado: Mestrado em Ciências da Comunicação - especialização em Informação e Jornalismo

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO INTEGRAL DESTA DISSERTAÇÃO/RELATÓRIO APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE.

Universidade do Minho, __/ __/ ____

Assinatura: _____

*Para a minha família,
para os meus amigos,
para aqueles que são, na minha vida,
uma extensão de mim.*

*“As palavras são, na minha nada humilde opinião,
a nossa mais inesgotável fonte de magia.
São capazes de causar grande sofrimento e também de remediá-lo.”
- Albus Dumbledore,
Harry Potter & the Deathly Hallows*

AGRADECIMENTOS

Sim, podemos ser indivíduos, cada um de nós único em algo, quer seja um aspeto físico ou um traço da nossa personalidade. Mas engana-se qualquer um que pensa no ser humano como uma espécie que foi feita para viver como indivíduos. Fomos feitos para socializar, para trocar experiências, para darmos um pouco de nós em troca de um pouco de alguém, na eterna procura de nos completarmos enquanto seres sociais que somos.

Não podia ter escolhido melhor área profissional para comprovar isso. Não podia ter pedido melhores anos do que aqueles que me trouxeram a esta meta, a este relatório que me aparece como um desafio final na mais importante jornada pela qual já passei. E, mais importante, não podia ter pedido melhores pessoas para me acompanharem a cada passo, para me levantarem a cada queda e para sorrirem comigo a cada vitória.

É para elas que dedico esta página, este pequeno pedaço de papel que terá a difícil tarefa de carregar uma quantidade absurda de sentimento.

Sem me alongar muito mais, acho apropriado começar por agradecer ao Professor Doutor Manuel Pinto, por todos os conselhos que me deu durante os últimos meses e pela paciência que demonstrou sempre que precisei de ajuda.

Agradeço a toda a equipa da delegação de Braga do Correio da Manhã/CMTV, não só por me terem recebido durante três meses e por terem feito daquela redação a segunda melhor casa que podia pedir, mas também por me ensinarem que, para cada momento de trabalho, há sempre também um momento de amizade, gargalhadas e bons lanches com Nutella. É graças a eles que digo que saí de Braga uma pessoa mais feliz e um profissional mais competente, e por tudo isso nunca poderei agradecer o suficiente.

Agradeço à minha mãe, ao meu pai, ao meu irmão, à minha cunhada e à minha avó materna, aqueles que me moldaram na pessoa que sou hoje, aqueles com quem sei que posso sempre contar, aqueles que fizeram tudo por mim sem pestanejar e que lutaram para que eu pudesse estar aqui, neste momento, a terminar um mestrado. Sou quem sou por causa da minha família e vou estar sempre em dívida para com eles.

Um destes parágrafos tinha de ser dedicado aos meus amigos, os que são a minha segunda família. Alguns são de infância, outros chegaram até mim por causa da grande jornada que foi o ensino superior, mas devo a todos eles um grande obrigado, pela paciência de me aturarem quando não me calava com todas as histórias do estágio, por perceberem e me desculparem todas as vezes que não consegui estar ao lado deles em momentos importantes, por serem os meus pilares e por nunca me desiludirem. Muito obrigado, vou tratar de retribuir essa amizade dia após dia.

Por fim, quero agradecer ao meu avô materno. Custa-me ter de o fazer por aqui e não pessoalmente, mas não podia deixar de lhe dedicar um eterno obrigado por toda a força que me deu ao longo da vida. Espero que ele esteja orgulhoso do homem em que me estou a tornar, espero que ele esteja a olhar por mim. Espero que saiba que nunca lhe poderei agradecer o suficiente.

EFEITO CM: MUDANÇA EM CURSO NO JORNALISMO PORTUGUÊS?

RESUMO

Lágrimas atrás de lágrimas. Gritos e choro até dizer chega. Atualizações em funerais e polémicas dia sim, dia sim. Qualquer cidadão português minimamente atento ao panorama informativo do nosso país poderá identificar estas características sensacionalistas que enumerei como sendo aquilo que provavelmente melhor define a CMTV, canal que apareceu como a extensão televisiva do jornal Correio da Manhã.

Mas as audiências não mentem e esse canal tem dominado a televisão por cabo, conseguindo melhores resultados que outros canais do género como RTP3, TVI 24, SIC Notícias ou Porto Canal. Concluímos que as pessoas algumas pessoas criticam, algumas pessoas reclamam, mas, por cada voz crítica, parece haver uma de apoio, alguém que defende o produto que a CMTV oferece.

Num mundo onde já é normal nunca se agradar a gregos e a troianos, a CMTV (e até o próprio Correio da Manhã) surge como um expoente máximo da contrariedade. Mas porque é que isso acontece? O que faz a CMTV ser apelidada de “patinho feio” do jornalismo português e, ainda assim, um fenómeno de popularidade? É esse o objetivo deste relatório, tentar perceber o que é este fenómeno, se veio para ficar e se já está a deixar a sua marca na identidade informativa de Portugal.

Palavras-chave: Jornalismo; sensacionalismo; Correio da Manhã; CMTV.

THE CM EFFECT: ONGOING CHANGES IN PORTUGUESE JOURNALISM?

ABSTRACT

Tears after tears. People screaming and crying until you have to say enough. Updates at funerals and controversial situations every other day. Any portuguese citizen minimally aware of the information landscape of our country can identify these sensationalist characteristics I listed as, probably, what best defines the CMTV channel, the television extension of the newspaper Correio da Manhã.

But audiences don't lie and this channel has dominated cable television, achieving better results than other channels as RTP3, TVI 24, SIC Notícias or Porto Canal. We conclude that some people criticize, some people complain but, for every critical voice, seems to be a supporter somewhere, someone who defends the product that CMTV offers.

In a world where it's impossible to please greeks and trojans, CMTV (and even Correio da Manhã) appears as a maximum exponent of predicament. But why does this happen? What is that makes CMTV be dubbed the "ugly duckling" of portuguese journalism and, at the same time, a popularity phenomenon? That is the purpose of this report, try to understand what this phenomenon is, if it's here to stay and if is already leaving it's mark on the information's identity of Portugal.

Keywords: Journalism; sensationalism; Correio da Manhã; CMTV.

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS	V
RESUMO	VII
ABSTRACT.....	IX
SUMÁRIO	XI
INTRODUÇÃO	13
2. CORREIO DA MANHÃ: A ORIGEM DO JORNAL POPULAR	15
3. TRÊS MESES DE TRABALHO, TRÊS MESES DE CM.....	18
4. ESPAÇO E TEMPO, BALANÇO ENTRE DUAS RELATIVIDADES	23
5. BRAGA, UMA DAS IDENTIDADES DO NORTE.....	25
6. CORREIO DA MANHÃ E CMTV: A SUPERAÇÃO DA NOVA GERAÇÃO.....	26
7. METODOLOGIA DA PESQUISA	29
8. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	32
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	39
BIBLIOGRAFIA	43
ANEXOS	44

INTRODUÇÃO

“Se a arte de escrever foi a mais admirável invenção do Homem, a mais poderosa e fecunda foi certamente a imprensa.”

- Herculano, ‘Diário do Governo nº29’

Estamos em pleno séc. XXI. A comunicação social nunca sofreu tantas mudanças como agora e, entre o surgimento das redes sociais e das várias plataformas online que ainda não pararam de ganhar força desde o início deste milénio, o jornalismo tem passado por uma transformação eminente na luta contra o esquecimento da imprensa. Não que a imprensa corra o risco de desaparecer mas, para os jornais impressos, os tempos que se avizinham não revelam um futuro assim tão brilhante.

Com os valores da circulação nacional a descerem de ano para ano, podemos destacar um claro vencedor no que toca às vendas de exemplares por solo nacional: o Correio da Manhã (CM).

Criticado pela sua linha editorial mais sensacionalista e por optar por retratar notícias com temáticas capazes de criar uma certa polémica, a verdade é que este é o jornal que atrai mais o público português, conseguindo manter-se no primeiro lugar do top de vendas nacional. A associação do sucesso interligado com a escrita mais chamativa da vertente sensacionalista não é algo particularmente surpreendente já que, como João Canavilhas escrevia em ‘Televisão – o domínio da informação-espetáculo’, “para que as audiências aumentem é necessário tornar a informação mais apelativa e o caminho mais fácil é o da opção pela informação-espetáculo”. Nota-se que tais características foram sempre uma constante, tendo logo em conta a forma chamativa como os títulos foram distribuídos na primeira capa impressa desse jornal, aqui apresentada, assim como a escolha de imagens mais apelativas e que despertem a curiosidade pública.



Figura 1 – Capa da primeira edição do Correio da Manhã, com Vitor Direito como diretor.

Este reinado no topo veio ser reforçado com a Correio da Manhã TV (CMTV) que, desde que conseguiu estar presente nas promotoras televisivas NOS e MEO, se tornou na líder dos canais por cabo, superando outros canais informativos como a TVI 24 ou a SIC Notícias.

Sendo estudante de comunicação, as reações causadas pelo trabalho do CM e CMTV nunca me passaram ao lado e, quando surgiu a possibilidade de realizar um estágio – desta vez no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação –, decidi avançar com a minha escolha de passar três meses numa das delegações do Correio da Manhã.

Este relatório de estágio vai refletir tudo o que fiz durante esses meses, todas as tarefas que desempenhei e as aprendizagens que adquiri junto dos profissionais que me receberam no seu local de trabalho.

De uma forma geral, saí desta experiência a sentir-me realizado relativamente àquilo que me propus a fazer: aumentar o meu conhecimento na área do jornalismo, ganhar mais experiência prática na execução das atividades profissionais de um jornalismo e conseguir uma adaptação eficaz ao ambiente de redação. Sinto que fui uma parte importante do Correio da Manhã durante os três meses em que fiz parte da equipa e consegui, de certa forma, retribuir com trabalho tudo aquilo que me ensinaram.

Afinal, não é exatamente para isso que existem tantos estágios atualmente por todo o país? Está certo que a sua principal função continua a ser proporcionar a um estudante o primeiro (ou um dos primeiros) contacto com o mercado de trabalho, mas não podemos deixar de lado aquilo que as empresas ganham em terem nas suas equipas alguns jovens que, embora ainda não sejam realmente profissionais nas suas áreas de estudo, conseguem ser competentes naquilo que fazem e chegam mesmo a tornar-se em mais-valias para a empresa.

Além de trabalhar em jornalismo e de alargar a minha marca dentro da área profissional da comunicação social, também quis a oportunidade de estar numa delegação do Correio da Manhã para poder perceber melhor como funciona a criação de um jornal tão criticado e, ao mesmo tempo, tão vendido. Desde a escolha dos temas ao tratamento que a notícia recebe, o meu objetivo passou sempre por ver de perto os bastidores dessa redação e, no final, tentar perceber melhor o porquê da equipa desse jornal optar por criar material noticioso mais sensacionalista.

Duma forma simplificada, entrei nesta jornada do meu percurso académico com a ideia de perceber o que é que chama tanto a atenção do público no CM e na CMTV, o que é que estes órgãos de comunicação têm de diferente para, mesmo com as críticas, conseguirem manter-se no topo e representarem uma mudança no panorama jornalístico português. Tenciono que seja um projeto ambicioso, algo que me leve a testar os meus próprios limites enquanto estudante da área de comunicação e enquanto consumidor assíduo da imprensa nacional. Se acabarei por ser bem-sucedido com este relatório, não me cabe a mim decidir mas, citando Goethe, “(...) é o facto de não conseguires o que queres que faz a tua grandeza”.

2. CORREIO DA MANHÃ: A ORIGEM DO JORNAL POPULAR

Hoje é o líder de vendas do jornalismo impresso em Portugal e tem o canal de informação generalista mais visto da televisão por cabo. Se em 2016 o Correio da Manhã, publicação do grupo Cofina, tem conquistado um lugar cada vez maior no panorama da informação nacional, perto de um público que já bem conhece o tipo de produto que o jornal tem para oferecer, o cenário era bastante diferente quando a publicação foi criada, por Vítor Direito no ano de 1979, numa cave perto do Príncipe Real, em Lisboa. Aquando do lançamento da primeira edição do Correio da Manhã, a 19 de março do referido ano, o cariz mais popular na forma como o conteúdo do jornal era retratado surpreendeu os portugueses, sendo na altura uma verdadeira novidade. As notícias de maior destaque que, nos outros jornais, se focavam maioritariamente na política, retratavam aqui acontecimentos do quotidiano, com uma escrita mais simples e temáticas mais próximas do público alvo que o Correio da Manhã desde cedo definiu.

Algo que se tornou também uma fórmula para o sucesso imediato do jornal foi o facto de este ser publicado ao domingo, algo que até então não acontecia. O bom feedback por parte do público fez com que o CM continuasse a crescer e com que, a 27 de maio de 1980, surgisse a necessidade de inaugurar a primeira delegação do jornal, situada em Faro. Começava assim a ser consolidado o domínio do Centro e do Sul (não se ter avançado logo para o Norte é algo curioso, visto que era dessa região que chegava muito do financiamento para a publicação).

De ano para ano, o Correio da Manhã não perdeu nenhuma oportunidade de inovar no produto que oferecia. Foi em 1981, na edição de domingo de 22 de outubro, que o jornal chegou às bancas acompanhado da Correio de Domingo, uma revista de 32 páginas com conteúdo generalista e impressa a cores. Quer seja pelo facto de oferecer um suplemento ou por este não ter nenhuma página a preto e branco (algo ainda muito pouco feito por outras publicações da época), o CM tornou-se ainda mais falado e gerou um aumento da procura junto da população portuguesa. Truques como este mencionado fizeram com que, em 1986, a circulação diária do jornal fosse superior a 60 mil exemplares.

O sucesso atingido com o Correio de Domingo levou à criação da Correio TV, mais uma revista que seguia o formato de suplemento do jornal, totalmente impressa a cores e com 32 páginas. Acompanhando o CM de sábado a partir de julho de 1991 e dedicada exclusivamente a televisão, por essas páginas poderiam encontrar-se entrevistas, reportagens, informação e programação, algo que acabou por ser mais uma novidade em Portugal.

Após a substituição, no final de '91, de Vítor Direito por Agostinho Azevedo, até então chefe de redação, como diretor do Correio da Manhã, novos projetos continuaram a surgir. A primeira mudança significativa chegou no ano seguinte, quando o CM começou a imprimir a capa com cores, depois de já a utilizar em suplementos e em algumas das páginas interiores do jornal. Já no início de 1993, com os sábados e domin-

gos ainda a oferecerem duas revistas como suplementos, chega a nova oferta das quartas-feiras, a revista Casa. Moda, família e culinária eram alguns dos temas discutidos nas 24 páginas a cores, fazendo desta uma publicação que surgiu com o intuito de aumentar o interesse feminino pelo CM.

Mais para o fim da década, mais especificamente em março de 1998, começava a surgir no nosso país os primeiros traços do jornalismo online. O CM decidiu acompanhar os tempos e criou um noticiário no portal Netc, decisão vista como o início de um jornalismo mais próximo dos leitores. Falando em novos tempos, foi durante o novo milénio, já a outubro de 2000, que uma das maiores mudanças do Correio da Manhã aconteceu: a empresa proprietária da publicação foi comprada pela Cofina, que se mantém até hoje como a dona do CM.

Dois anos depois já era dado como certo que a internet tinha chegado para ficar e para marcar de forma irreversível o jornalismo nacional. O CM adquiriu então um site autónomo e, para continuar essa relação de proximidade que o levou a criar um espaço online quatro anos atrás, disponibilizava lá versões digitais do jornal.

João Marcelino, até então diretor do jornal desportivo Record, publicação da Cofina, avançou para o cargo de diretor do Correio da Manhã a 21 de dezembro de 2002, numa fase onde se antevia várias mudanças. Em junho de 2004 o jornal deu mais um passo em direção à relação mais próxima que vinha há anos a desenvolver com o seu público. Refiro-me à renovação do “Correio do Leitor”, área dentro do jornal, que permitia ao CM divulgar situações anormais relacionadas com assuntos locais, servindo assim de mediador entre o leitor que se queixa e as entidades competentes. O ano ainda fechou com um novo visual no site oficial do CM, para dar aos leitores uma forma mais simples de pesquisarem e consultarem informação.

Chegando fevereiro de 2007, vemos também mais uma mudança na direção, com Octávio Ribeiro a assumir o cargo de diretor do Correio da Manhã. Poucos meses depois, a 25 de maio, é apresentado o suplemento “Primeiro Emprego”. Tratava-se de um conjunto de 16 páginas, focado na divulgação de ofertas de trabalho do Centro de Emprego e em entrevistas com indivíduos que conseguiram criar uma carreira de sucesso, que vieram complementar as edições de sexta-feira do CM. Outro suplemento que sofre uma completa transformação, em janeiro de 2008, é a revista “Vidas”, que acompanha o jornal aos sábados, passando a ter 76 páginas repletas de detalhes sobre a vida de celebridades e famosos nacionais.

Dois meses depois também o site sofreu mais uma vez mudanças, de forma a acompanhar a constante evolução da internet e do jornalismo a ela associado. Foi criada uma relação entre o jornal impresso e o digital, de forma a que ambos se complementem. Investiu-se numa mais rápida e constante atualização de vídeos e fotografias e foi criada uma secção de comentários, de forma a garantir que os leitores tornassem mais regulares as suas visitas online e pudessem estar mais próximos dos conteúdos informativos. A reformulação foi bem-recebida e fez com que a plataforma digital do CM atingisse em outubro desse ano 22.500.000 visitas, um novo máximo mensal na época.

Em outubro de 2008 mais dados animadores chegaram à redação do Correio da Manhã, com o relatório da Associação Portuguesa de Controlo de Tiragem e Circulação a revelar que, desde janeiro, as vendas diárias do CM se elevaram a 123.487 exemplares diários, um pico de vendas que consolidou o jornal como o mais vendido de Portugal. Índices de audiência média publicados pelo Bareme-Imprensa da Marktest nessa mesma altura mostraram também que, além de se manter popular com as classes portuguesas mais baixas, o Correio da Manhã atraiu mais leitores das classes altas e médias, assim como dentro da população jovem.

Chegando o ano de 2009, é importante referir que as alterações no acordo ortográfico não passaram despercebidas para o Correio da Manhã, que passou nesse ano a adotar as novas regras de escrita nos espaços de opinião.

Já na nova década, o crescimento de vendas acabou por abrandar, mas o lugar de jornal mais vendido de Portugal não deixou de pertencer ao Correio da Manhã. A lógica levou a que, em março de 2013, fosse tomado um grande passo para o Correio da Manhã e para a Cofina: a criação da CMTV, um canal televisivo generalista moldado pela linha editorial do CM. Quando começou as suas transmissões, a 17 de março, a CMTV chegava a várias casas em Portugal (com exclusividade na MEO), em Angola e em Moçambique. A presença nesse último foi reforçada no final de 2015, quando a operadora digital GOtv passou também a transmitir a CMTV, fazendo desse o único canal de informação português disponível na grelha de programas.

Perto de fazer três anos de existência, a exclusividade de direitos de transmissão da MEO terminou e a 14 de janeiro de 2016 a CMTV passou a estar presente também na operadora NOS. Chegando assim a aproximadamente 85% dos lares nacionais que têm televisão por cabo (o canal continua fora da Vodafone e da Cabovisão), o índice de share e as audiências, que mantinham já um aumento constante desde a estreia do canal, tiveram uma subida ainda maior.

Com o aumento na procura, começaram também a ser feitas alterações na programação oferecida ao público. No dia 21 de março de 2016 a CMTV estreou a sua primeira aposta na ficção: a exibição da novela brasileira “Escrava Isaura”, que passou a ocupar lugar na grelha televisiva de segunda a sexta ao início da tarde, com uma compilação dos episódios semanais durante as tardes de sábado. Com mais esse fator, a CMTV conseguiu, pela primeira vez, ser o canal mais visto da cabo, feito atingido no mês de abril. O canal ultrapassou assim outros canais de informação da cabo como a TVI 24, a SIC Notícias e a RTP3, além de continuar à frente da RTP2, transmitida em sinal aberto. Registos divulgados no final do mês de maio continuam a mostrar um crescimento na audiência da CMTV, registando uma média de 6200 espetadores diários.

3. TRÊS MESES DE TRABALHO, TRÊS MESES DE CM

“Se aguentares um estágio no Correio da Manhã, aguentas qualquer coisa.”

- Octávio Ribeiro
Diretor do Correio da Manhã

Depois de, em 2014, ter realizado um estágio de dois meses no Porto Canal, em Matosinhos, para este meu segundo estágio curricular decidi alterar a instituição e cidade onde iria trabalhar, assim como a área do jornalismo em que me ia focar.

Visto que o estágio surgiu no âmbito do mestrado em Ciências da Comunicação que estou a realizar na Universidade do Minho, resolvi procurar em Braga o órgão de comunicação social onde iria passar três meses. A delegação do Correio da Manhã nessa cidade foi o local que escolhi, uma vez que é a instituição noticiosa de maior perfil público que exista na região, caso tenhamos em conta apenas os jornais impressos.

É certo que, desde a criação da CMTV, a televisão tem andado de mãos dadas com o jornal CM, mas tinha como objetivo entrar neste projeto com o foco mais voltado para a publicação impressa, contrastando assim com todo o trabalho televisivo que já tinha feito no Porto Canal.

Outra motivação que rapidamente me ocorreu aquando da escolha de local de estágio foi a contradição que existe na imagem do CM: por um lado é o jornal mais vendido do país, por outro é o mais criticado pelo conteúdo que apresenta.

Como já referi antes, fiquei curioso por saber como seria trabalhar na redação deste jornal, conhecer o método de trabalho dos jornalistas da equipa de informação e tentar descobrir, na primeira pessoa, o que faz o CM e a CMTV destacarem-se e atraírem tantos leitores/espetadores.

Optei também por ir para uma delegação e não para uma sede para, mais uma vez, tentar ter uma experiência totalmente diferente daquela que passei no Porto Canal. Ou seja, conseguir trabalhar com profissionais experientes, mas garantir que, havendo uma equipa mais pequena, conseguiria várias oportunidades para mostrar as minhas capacidades jornalísticas.

Desde o primeiro dia, a quatro de janeiro de 2016, ficou claro que, neste estágio, não iria desperdiçar tempo. Por desperdiçar tempo refiro-me a estar simplesmente sentado na redação sem fazer nada. Prova disso foi a minha primeira saída em reportagem, a acompanhar a jornalista Liliana Rodrigues, poucas horas depois de começar o estágio.

Segundo a mesma, o objetivo era eu aprender por observação o mais rápido possível, de forma a compreender o método de trabalho utilizado no jornal. Basicamente, cada saída requeria que um jornalista da redação - três no total: Liliana Rodrigues, Fátima Vilaça e Secundino Cunha - se deslocasse a determinado local, fazendo-se acompanhar de um dos dois operadores de câmara: Nuno Veiga ou Rodrigo Andrade.

Após a recolha de informação e imagens no local, a equipa regressa à redação, onde o jornalista escreve a notícia para o jornal e prepara a voz-off para a gravação da peça televisiva. Já com esse áudio gravado, cabe então ao operador de câmara “montar” a peça, ou seja, escolher os planos mais adequados para acompanhar aquilo que o jornalista estiver a narrar. A peça é então concluída e inserida no sistema, para que os responsáveis na sede do CM a possam colocar no alinhamento do noticiário.

O meu papel nas reportagens que acompanhava foi evoluindo ao longo do tempo. Se nas primeiras vezes me limitava a observar, acabei por demonstrar que tenho capacidades para tarefas mais importantes, como a preparação dos entrevistados, auxílio ao operador de câmara e recolha de informação para o jornalista.

Acabei claro por, numa fase em que já estava à vontade com a forma como o trabalho era levado a cabo na redação, sair sozinho em reportagem, ficando responsável por todos os passos que seriam feitos por um dos jornalistas (incluindo entrevistas, escrita e gravação de voz off e aprovação da montagem da peça). Destaco a minha cobertura da inauguração do espaço do Continente em Braga, no Novo Arcada, porque a temática desejada para a peça, focada nas inovações que o espaço apresentava para os clientes, me permitiu ser mais criativo nos planos que pedi para serem gravados e serviu para mostrar uma construção da narrativa não tão comum e sem estar aprisionada nos mesmos padrões que tantas outras.

Algo que saliento de todas as várias reportagens que acompanhei é o elevado número de diretos que são feitos pelo jornalista, enquanto este se encontra no local da ocorrência. Esse facto não surgiu como uma surpresa, uma vez que a CMTV é a televisão, a nível nacional, que apresenta a maior rede de diretos na sua programação informativa. Ainda assim, foi-me possível observar toda a dinâmica envolvida na preparação de um direto, com particular atenção à forma como os jornalistas tratam a informação e a fazem “render”, uma competência obrigatória quando se sabe que novos factos podem demorar a surgir e que há longos minutos de tempo de antena para preencher.

Como não pude fazer diretos (embora tenha “treinado” alguns quando havia tempo entre reportagens), enquanto o jornalista os fazia, era uma das minhas tarefas falar com as testemunhas e conseguir obter novos dados e, se possível, encontrar pessoas disponíveis para serem entrevistadas. O objetivo era facilitar a construção do direto, dando novas informações a cada atualização, e ajudar a enriquecer aquilo que era transmitido aos espetadores.

Se os diretos e a grande presença da equipa televisiva do Correio da Manhã são algumas das suas imagens de marca, também o é a rapidez com que a mesma chega ao local da notícia a reportar. Sem descuidar a parte final do slogan do canal, ‘*Melhor, primeiro*’, uma das prioridades dos que trabalham na CMTV é sim chegarem ao maior número de ocorrências possível, mas também o devem fazer o mais rápido que conseguirem, garantindo que são o primeiro órgão de comunicação a estar presente no terreno.

Para garantirem essa rapidez, foram preparadas as folhas de rondas, que consistem numa listagem de números telefónico da GNR, PSP e quartéis de bombeiros dos municípios do distrito de Braga e Vila Real. Feitas pelo menos três vezes por dia, as rondas foram uma das tarefas diárias que fiz desde o primeiro dia de estágio já que, embora se acabem por tornar muito repetitivas e até aborrecidas, podem garantir a obtenção de informação sobre determinada ocorrência pouco depois dessa acontecer.

Embora tenha chegado a encontrar situações mais graves, como homicídios e acidentes que resultaram em vítimas mortais, a maior parte das chamadas que nos forneciam informação costumavam ser sobre acidentes com feridos ligeiros ou sobre algum tipo de detenção judicial.

Claro que essas notícias eram aproveitadas, servindo para preencher as colunas das “Breves” no jornal ou até mesmo alguns rodapés das páginas destinadas à edição Norte do CM, dependendo sempre da magnitude da ocorrência. No início do meu estágio quem fazia a distribuição dessas pequenas informações que eu encontrava era o Sérgio Cardoso, editor na delegação do Porto. Porém, em pouco tempo já era eu a escolher onde colocar essas notícias, já que costumavam ser muito idênticas entre si. Nessa altura já só recorria ao editor ou a algum jornalista da redação quando me chagava informação fora do habitual e que necessitasse de um olhar mais experiente para ser analisada.

Falando em obrigações diárias, outra delas foi a escrita dos cartazes culturais. Presentes na página destinada à programação das salas de cinema e a sugestões de peças de teatro, os cartazes consistem numa imagem de algum artista musical ou banda que tenha um concerto marcado para o distrito de Braga. O meu trabalho passava por escolher em quem se ia focar o cartaz, encontrar uma imagem que ilustrasse essa escolha e escrever um pequeno texto para a acompanhar, onde estivessem presentes as informações essenciais sobre o concerto.

Tarefas desse tipo, embora mais simples, serviram para me darem responsabilidades desde o início da minha estadia no Correio da Manhã e, durante os dias mais calmos, mantinham-me ocupado, nem que fosse já a realizar pesquisas para a planificação semanal dos cartazes.

Trabalhar numa delegação deu-me essa noção de que, em jornalismo, pode haver um dia em que pouco há para fazer e outro em que simplesmente não temos tempo para tratarmos de todas as notícias que estão na agenda. Com isso em mente, foi-me incutido um sistema de “poupança e rendimento” no que toca à escrita de notícias. Por outras palavras, certos acontecimentos que não tinham necessariamente uma data específica para serem escritos e publicados eram guardados para uma altura em que não houvesse nenhuma ocorrência para se incluir nas páginas do jornal destinadas a Braga.

A parte do rendimento é, basicamente, a garantia de que é feita uma análise cuidada da notícia ou material que existe sobre ela, de forma a que se tente perceber se é possível encontrar outro ângulo que pode ter interesse noticioso. Um bom exemplo disso foi todo o processo polémico dos Transportes Urbanos de Braga, em que antigos administradores dos TUB foram acusados de crimes de corrupção passiva e gestão

danosa à frente da empresa. Nomeadamente, o facto de alegadamente terem recebido grandes quantias de dinheiro na compra de 23 autocarros à MAN Portugal.

Quando o mesmo chegou à redação, foi lido ao pormenor, tendo dado origem a aberturas durante vários dias. Claro que algumas dessas notícias surgiram de pormenores que apenas profissionais já familiarizados com a análise de processos judiciais conseguiriam encontrar. Em jeito de conclusão, lido pelos olhos certos, há muito material nas entrelinhas que pode ser aproveitado, mas, por vezes, apenas a necessidade de mais notícias é que gera essa procura.

Porém, aquela atividade que realmente marcou o meu estágio foi a escrita das páginas 'Cidades'.

Sendo, na altura, uma secção relativamente nova do jornal, a página 'Cidades' é um espaço diário dedicado a ocorrências de diferentes municípios do distrito onde o CM é vendido. No caso da edição vendida em Braga, aquela que está a cargo da delegação onde estagiei, a calendarização das páginas é a seguinte:

- Segunda-feira: notícias de Amares, Terras de Bouro e Vila Verde;
- Terça-feira: notícias de Vizela, Vieira do Minho e Póvoa de Lanhoso;
- Quarta-feira: notícias de Fafe, Cabeceiras de Basto e Celorico de Basto;
- Quinta-feira: notícias de Barcelos e Esposende;
- Sexta-feira: notícias de Famalicão;
- Sábado: notícias de Guimarães;
- Domingo: notícias de Braga.

Como é possível ver por esta organização, o final da semana (dias em que o jornal regista uma maior circulação) é dedicado às cidades maiores do distrito, enquanto que os restantes ficam com os municípios mais pequenos. De segunda a quinta-feira, quando mais do que uma localidade tem de estar na mesma página, a escolha daquela que ficaria com o espaço da abertura dependia da relevância de cada notícia. Ao todo, a página tem seis espaços: o da abertura (sendo o maior, incluindo ainda uma imagem ilustrativa grande e uma caixa lateral de texto), dois rodapés (com um deles a incluir uma pequena imagem) e três lugares para notícias de menor dimensão, chamadas breves.

Digo que esta tarefa foi aquela que acabou por marcar de forma mais significativa o meu estágio porque, após estar cerca de duas semanas em janeiro a colaborar para o preenchimento de espaços mais pequenos dessa secção com algumas notícias para breves ou, com sorte, para rodapés, a página passou a estar totalmente à minha responsabilidade.

Com total responsabilidade refiro-me à escolha das notícias a serem usadas, distribuição das mesmas pela página e tratamento daquela que fosse a abertura. Desde o início que me foi dito que, mesmo encontrando um bom assunto merecedor de destaque para abertura, deveria sempre tentar dar-lhe um toque único, analisá-lo e escrevê-lo utilizando uma diferente perspetiva daquela já dada à mesma notícia por outros

órgãos de comunicação social. Quando isso era possível, era também eu o responsável por encontrar entrevistados e, de seguida, falar com os mesmos.

Olhando para as trinta e sete páginas que escrevi (sendo exemplo de uma delas a figura 2), é nelas que se consegue identificar uma maior evolução, já que foram as mesmas que me obrigaram a utilizar os conhecimentos e competências profissionais de jornalismo que possuo.

CIDADES

amã, a Câmara de Lezíria de Basto promove uma campanha contra os maus tratos na infância, que alerta a população para este tema.

o 1.º encontro pedagógico de Teatro, no Teatro-Ginásio. O evento, que dura até amanhã, quer aproximar o universo escolar à arte.

de 18.30 e a paróquia de S. Miguel de Refojos vão promover um concerto de Música no sábado, no Mosteiro de S. Miguel de Refojos.

FAFE, CRISE DE MIGRANTES EM DEBATE

Refugiados são tema principal na nova edição do 'Terra Justa'

ACOLHER ◉ A preparar-se para receber uma família, o município quer alertar para a importância dessa ajuda humanitária.
DISTINÇÃO ◉ António Guterres será homenageado neste segundo ano do evento e estará presente durante as atividades.

JOÃO PEIRO PEIXOTO*
Depois do sucesso obtido na edição do ano passado, Fafe prepara-se para dar início a mais um 'Terra Justa', que conta neste ano com uma homenagem a António Guterres e com a temática dos refugiados como principal ponto de discussão na programação. Daria a relevância que o tema ligado à chegada de refugiados à Europa tem ganhado durante os últimos meses, a Câmara Municipal de Fafe decidiu focar o 'Terra Justa' de 2016, que vai decorrer entre os dias 5 e 9 de



RAUL CUNHA SUBLINHOU A URGÊNCIA DE AJUDAR OS NOSSOS SEMELHANTES
abril, na discussão desse mesmo assunto, dando ao evento o nome de 'Encontro Internacional de Causas e Valores da Humanidade'. "Há muito que decidimos que este seria um dos nossos temas, é um dos destaques atuais", garantiu ao **CM** Raul Cunha, autarca da cidade. O objetivo, continua o edil, é "alertar as pessoas para a situa-

Mural das Causas recebeu algumas mensagens na sequência da primeira edição do 'Terra Justa', em 2015

ção em que os refugiados se encontram" e em como é "importante que se faça alguma coisa". Fafe pretende ajudar no acolhimento de refugiados que chegam a Portugal, algo que o município decidiu de forma unânime, estando à espera de que, para já, uma família chegue à cidade. "Temos de acolher os nossos semelhantes que estão a passar dificuldades", assegura Raul Cunha, que critica a burocracia que "atrasa a ajuda a quem precisa". Sem terem ainda uma data certa para receberem os refugiados, o que é certo para o autarca é que, "embora seja uma ajuda pequena, dentro das capacidades, vai acabar por se refletir nos outros e incentivar a mais apoios".

O evento 'Terra Justa' - que, em 2015, significou algumas mensagens no Mural das Causas - é descrito como "um encontro que pretende criar um espaço de reflexão sobre a vida em sociedade". Incluiu na programação vários debates que decorrerão em cafés da cidade, um formato que já esteve presente no ano passado. ◉ *COM.É.P.

Maria Barroso homenageada com um Jardim
◉ Maria Barroso foi a personalidade homenageada no último dia da edição do ano passado do 'Terra Justa', a 11 de abril de 2015. Viria a falecer a 7 de julho, aos 90 anos. Nesta edição, será inaugurado, durante a abertura do 'Terra Justa', no próximo dia 5 de abril, o Jardim Maria Barroso, no parque da cidade de Fafe. ◉



Maria Barroso no 'Terra Justa'

Figura 2 – Imagem da página Cidades da edição de 30/03/2016, da minha autoria (sempre com supervisão do editor da delegação do Porto, Sérgio Cardoso)

4. HORÁRIO DE ESTÁGIO: UM DIA NO CORREIO DA MANHÃ

Ainda durante a minha primeira reunião na delegação de Braga do Correio da Manhã, uma das coisas que me foi logo explicada foi a distribuição de horas e dias de trabalho por semana.

Basicamente, foi-me dito que não ia haver qualquer diferença entre o meu horário e o dos jornalistas que trabalhavam na delegação, o que significa que trabalharia uma semana seguida (de segunda-feira a domingo), folgaria a segunda e terça-feira seguintes, regressava à delegação para trabalhar na quarta, quinta e sexta-feira e voltaria a folgar no sábado e domingo. Simplificando, eu iria trabalhar sete dias numa semana e três na semana seguinte, com este ciclo a repetir-se até ao final do estágio.

Já em relação ao período do dia em que iria trabalhar, explicaram-me que iria sempre variar entre dois turnos: o turno da manhã, com início às 9h30 e prolongando-se até às 19h00, e o turno da tarde/noite, que se estendia das 14h00 às 23h00. Já depois de começar o estágio compreendi que o porquê do segundo turno ser mais pequeno do que o primeiro estava associado ao facto de que o jantar era quase sempre preparado na área da cantina da delegação.

Todos esses horários começaram a ser postos em prática e desde o primeiro dia em que cheguei à delegação, salvo algumas exceções em que, devido às reportagens agendadas, era necessário que eu entrasse a horas que não as combinadas. Nessas situações, e sempre com alguma antecedência, eu era avisado da troca de turnos.

Por norma, mal chegava à redação, independentemente do turno em que estava, a primeira tarefa que realizava era a ronda de telefonemas pelos contactos da lista de autoridades, como a GNR, PSP e Bombeiros Voluntários do distrito de Braga e Vila Real. O que fazia a seguir já dependia da fase do estágio a que me estiver a referir.

Durante os primeiros dias limitava-me a tirar apontamentos sobre os trabalhos que os outros jornalistas faziam. Assim que deixaram a página 'Cidades' à minha responsabilidade, essa era a minha prioridade, sobrepondo-se até a algumas saídas em reportagens, o que fez com que eu só passasse a acompanhar outros jornalistas no terreno quando se tratasse de uma ocorrência fora do comum e que me pudesse proporcionar novas aprendizagens.

Como é lógico, não existia propriamente uma rotina nos dias de trabalho. Acabavam apenas por existir certas tarefas obrigatórias, mas mesmo a forma como essas eram feitas dependia sempre de como a agenda do se estava a compor.

Se, por vezes, não havia uma única ocorrência na zona geográfica pertencente à nossa delegação, outros dias tinham mesmo de ser enviadas equipas do Porto para cobrir uma ou outra notícia. Nos dias mais calmos era possível dedicar-se mais tempo à escrita de outras notícias em arquivo ou até mesmo para preparar melhor a página 'Cidades'.

Já nos dias mais movimentados, como referi, chegava a ser quase impossível conseguir-se agendar tudo aquilo que tinha interesse para o Correio da Manhã/CMTV. Chegou a acontecer encontrarmos tantas ocorrências num só dia que até eu tive de pôr a página 'Cidades' de lado para escrever outros conteúdos. Claro que essa página tinha de ser terminada e era eu que, assim que tivesse algum tempo livre, a tinha de concluir.

Era nesses dias que chegava a fazer turnos de dez horas ou mais, algo que reconheço que me ajudou a ter uma visão ainda mais realista de como funciona um verdadeiro emprego na área do jornalismo.

5. BRAGA, UMA DAS IDENTIDADES DO NORTE

Não foi apenas a minha casa durante três meses. Não é apenas outra “cidade grande” ainda mais a Norte do que o Porto. É a capital do distrito e uma das cidades portuguesas que mais tem crescido nos últimos anos. Braga tem a sua própria identidade e é nela que uma parte significativa de Portugal se espelha.

Dada a importância que a cidade tem no panorama nacional, assim como a influência que a mesma teve na escolha e realização do meu estágio, acredito que é oportuno dedicar um pouco deste relatório à apresentação da capital do distrito onde habito.

Aliás, pode mesmo não ser o Porto, a chamada capital do Norte, mas ser a capital de um distrito encarrega a cidade de Braga com uma maior responsabilidade social e económica do que qualquer outra cidade dessa região do país (salvo a Invicta, logicamente).

Uma das várias qualidades que atrai bastante turismo à capital minhota é a riqueza que a mesma apresenta no que toca à presença de história nacional. Com uma história milenar que nos remete para o tempo da Roma Antiga, são vários os locais espalhados por Braga onde podemos encontrar pedaços de verdadeira importância histórica, um forte chamariz para os apaixonados pelo passado e pela marca que o mesmo nos deixou até aos dias de hoje.

Entre reportagens que precisava fazer para o jornal ou simples momentos de lazer, foram muitas as vezes que tive a oportunidade de passar pela zona histórica da cidade e contemplar por mim próprio alguns desses locais como a Sé de Braga ou o Largo do Paço.

Mas será também errado pensar que Braga é uma cidade que parou no tempo, recorrendo apenas ao passado para atrair visitantes. A população mais nova não foi de todo esquecida e, nos últimos anos, o esforço que a cidade tem feito para agradar aos habitantes pertencentes a uma faixa etária mais jovem tem merecido destaque. Tanto que Braga, até conhecida na gíria popular como “a cidade da juventude”, foi nomeada em 2012 a Capital Europeia da Juventude.

Aliás, essa aposta é visível nas festas anuais que Braga organiza, muitas delas com programações dedicadas a música, espetáculos e concertos. Um bom exemplo disso é a já bastante conhecida Noite Branca. A Braga Romana, outra celebração que já se celebra todos os anos desde 2003, pretende mostrar aos cidadãos e visitantes como seria a vida na cidade no tempo do Império Romano.

Claro que, para uma comunidade tão dinâmica e em crescimento como esta se manter numa trajetória ascendente, a vertente económica não pode ser descuidada. E a verdade é que não o tem sido. Apresentando um dos maiores crescimentos a nível nacional, a cidade de Braga tem-se revelado uma força significativa em várias áreas do mercado de trabalho, com indústrias posicionadas em todos os setores de atividade profissional.

6. CORREIO DA MANHÃ E CMTV: A SUPERAÇÃO DA NOVA GERAÇÃO

Não quero neste ponto contrariar tudo o que disse até agora. É um facto que, no que toca a jornais generalistas diários, nenhum bate o Correio da Manhã. São também factos os picos de audiências atingidos pela CMTV na televisão por cabo e as duras críticas que tanto jornal como canal recebem por parte do público. Ainda assim, não me quero nesta parte focar na contradição entre qualidade/sucesso, mas sim entre o novo/tradicional, uma espécie de teoria da evolução aplicada à comunicação social e ao jornalismo. Vou tocar naquele assunto que tem influenciado praticamente todas as áreas profissionais: o domínio da tecnologia e das plataformas on-line.

Podia criar aqui um debate sobre as vantagens e desvantagens da internet, mas não é esse o objetivo deste relatório. É minha missão, porém, realçar o enorme potencial que a *world wide web* fornece aos meios sociais, sendo que o Correio da Manhã/CMTV não é exceção. Estou a falar de um site oficial, de páginas no Facebook e no Instagram, de uma aplicação para equipamentos móveis, sejam eles telemóveis, tablets, computadores.

É isto que a internet permite desde o início do presente século, aquele salto definitivo para uma plataforma vista por um público que é, em muitos aspetos, diferente daquele que folheia diariamente as páginas de um jornal. Em números aproximados, estou a falar de mais de 900 seguidores no Instagram, mais de 1.200.000 seguidores na página de Facebook “Correio da Manhã” e mais de 370 mil no perfil “CM TV” e ainda uma aplicação que, só na Play Store, já foi descarregada mais de 100 mil vezes (valores retirados das referidas páginas a 23 de dezembro de 2016). Talvez seja nesta “paisagem” que encontramos a resposta para um declínio na circulação deste jornal diário, que tem vindo a ver os seus números de vendas por dia a descer desde há alguns anos (longe de acreditar que é um caso isolado, já que é este cenário que está a assombrar todas as publicações impressas em Portugal e, arrisco-me a dizer, no mundo). Olhando para os resultados que são fornecidos ao público pelo site oficial da Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação (APCT), é tendência nacional que cada vez mais o jornal impresso sofra uma diminuição na sua tiragem e circulação, isto face ao facto de as plataformas online estarem a ganhar terreno desde a implementação sólida do espaço noticioso na internet.

No caso específico do Correio da Manhã, e tendo esta década como amostragem, os números têm baixado constantemente de ano para ano. Em 2010 a média de vendas diárias estava, de uma forma arredondada, nos 129 mil exemplares. Se avançarmos para 2015 (enaltecendo que, realmente, esta tendência não é algo que apareceu apenas nos últimos doze meses mas sim algo que se vem desenvolvendo gradualmente), vemos essa média a descer para 110 mil exemplares vendidos por dia. Se, agora sim recorrendo à análise da atualidade, olharmos ainda para o panorama de vendas de 2016, não traz muito otimismo, já que o bimestre referente aos meses de novembro e dezembro do ano passado registou uma média de circulação

inferior a 100 mil unidades (94.451). Estes são resultados ainda mais baixos do que os do bimestre de setembro/outubro do mesmo ano, em que, com 99.888 cópias vendidas, se registou a primeira vez que tal acontece deste que essa publicação se estabeleceu no top do mercado informativo impresso nacional. Dessa forma, a média geral de circulação de 2016 limita-se a chegar a, aproximadamente, 101.456 exemplares por dia, a prova definitiva de que o formato de papel está mesmo a sofrer com a mudança do panorama noticioso e com a forma de consumo da informação, independentemente

Um meio de propagação noticiosa não tão moderno como a internet mas que mudou toda a dinâmica de trabalho mais atual no Correio da Manhã foi a criação da CMTV. Não quero com isto implicar que a existência de um canal televisivo tenha ditado a trajetória descendente que o jornal tem sofrido (já deixei claro que isso é algo geral), mas a verdade é que, desde a sua criação e posterior entrada na grelha de canais da NOS, as audiências aumentaram sem parar. Se o canal já dava o que falar quando apenas estava disponível para clientes MEO (tendo, com apenas dois meses de emissões numa única plataforma, ficado à frente da TVI24 e da agora extinta RTP Informação), a chegada à NOS a 14 de janeiro de 2016 aumentou ainda mais o alcance da CMTV, com o número de pessoas que seguem o canal a refletir bastante esse passo importante de expansão.

Estou a falar de um sucesso tal que, seguindo o lema da casa de “Melhor, Primeiro”, valeu à CMTV domínio da televisão por cabo durante a cobertura dos incêndios do verão de 2016 e, mesmo depois da época alta desses acontecimentos em agosto, o canal manteve-se bastante relevante e agarrou-se à liderança dos canais pagos em setembro. Com um share médio diário de 2,1% e uma média de 38 700 telespetadores por cada minuto do dia, isto com base em dados divulgados pela GfK, a CMTV deixou para trás outros canais informativos como RTP3, TVI24, SIC Notícias ou Porto Canal, mostrando que já se tem vindo a criar alguma habituação entre o público. Essa tendência de chegar à liderança tem um forte reflexo também no fluxo de partilhas e visitas online. Quem nunca percorreu o mural do seu perfil de Facebook e encontra as típicas imagens chocantes ou títulos apelativos da CMTV ou Correio da Manhã? A vontade de fazer um clique e ler/ver o que se passa é quase sempre impossível de resistir, fazendo com que, também em setembro de 2016, o site do canal tenha sido o mais visitado dentro da categoria de websites generalistas.

Mas setembro não seria um caso isolado de liderança televisiva, visto que tal posição foi ocupada pela CMTV

O facto de as notícias passarem também a serem transmitidas em televisão, uma plataforma multi-média, acaba por ser um contributo maior nesta relação quase simbiótica que está, pouco a pouco, a ser criada entre as redes sociais e a televisão. É natural agora certos segmentos noticiosos de maior destaque serem partilhados no Facebook ou Instagram por pessoas que gravaram diretamente da própria televisão ou até mesmo pelos canais de televisão que os transmitiram. Nesse sentido, quase que podemos dizer que o

produto que é um Telejornal ou Jornal das 8 já não é consumido como um todo, mas sim de forma fragmentada.

Mas como conseguir esse lugar de destaque nas redes sociais? Como conseguir que determinado vídeo se torne viral? E será que vale tudo para chegar a esse estatuto de ser partilhado por milhares de pessoas? Há pensamentos que defendem que sim, que o conteúdo informativo há muito deixou de ser meramente noticioso e abriu portas para uma mistura de notícia e entretenimento, algo que informa de uma maneira mais chamativa e que ganha assim potencial para ganhar espaço em vários murais no Facebook. Afinal talvez seja mesmo verdade que “o entretenimento precede o jornalismo; as notícias estão a mudar e, finalmente, as principais organizações jornalísticas são integradas em corporações transnacionais de entretenimento que hoje dominam os mercados dos media” (Chalaby, 2000).

Com os seus traços sensacionalistas e notícias extravagantes, o Correio da Manhã e CMTV encaixam nesta descrição como uma luva. Quando perdemos aquele tempo diário já quase obrigatório para tantos a percorrer o que os nossos “amigos virtuais” publicaram nos seus murais, não é nada raro encontrar um ou outro vídeo da CMTV a ser partilhado, sendo que quase sempre o é feito como forma de gerar risos. Vêm-me à memória emigrantes franceses a serem entrevistados por jornalistas que falavam uma mistura deplorável de português e francês, microfones a serem arremessados para lagos ou reportagens sobre lobisomens em Gondomar. Só os resumos já fazem rir qualquer um e, por isso mesmo, são conteúdos partilhados e que atingem um número de pessoas muito superior ao que alguma reportagem mais séria conseguiria.

Ou seja, podemos encontrar aqui um padrão único nesta mudança de jornalismo: muitas notícias são preparadas tendo em conta aquilo que os recetores das mesmas dizem querer. Basta abrirmos o perfil de qualquer jornal ou canal de televisão que encontramos centenas de comentários a sugerirem tópicos ou formas de como abordar diversas temáticas. É então seguro dizer que “a web representa uma mudança paradigmática na medida em que altera o equilíbrio de poder entre o emissor e o recetor” (Sousa, 2007) e que essa “abre caminho para a comunicação centrada no indivíduo, porque se baseia nas escolhas individuais dos recetores” (Alves, 2005).

Em retrospectiva, já falei aqui de milhares de seguidores nas redes sociais, de uma subida de audiência impressionante para um produto ainda considerado recente para muitas famílias portuguesas, de uma presença online de fazer inveja a muitos órgãos de comunicação. Todos estes motivos não vêm abafar ou disfarçar a diminuição generalizada dos números de circulação do Correio da Manhã mas, de certa forma, vêm acrescentar e solidificar a marca CM no território nacional e, gozada ou não, é das marcas informativas mais mediáticas da atualidade.

7. METODOLOGIA DA PESQUISA

Quando comecei esta experiência de estágio, pensei sempre num elemento base para a pesquisa do relatório que sabia que lhe seguia: a distribuição de inquéritos. Pode soar banal ou até mesmo uma forma de facilitismo, mas, a meu ver, é a forma mais fiável de conseguir ter uma ideia de qual é a perspetiva pública sobre determinado tema. Neste caso específico, usei os referidos inquéritos para tentar perceber, de uma forma generalizada, o que é que a população portuguesa procura nas notícias, o que lhes chama mais a atenção nas mesmas e, já sobre a CMTV, qual a opinião que têm sobre o produto que o canal apresenta.

Decidi também realizar duas entrevistas com jornalistas de diferentes órgãos de comunicação, para entender se o estilo de trabalho praticado no Correio da Manhã e na CMTV tem já impulsionado algum tipo de mudança dentro de outras redações. Criticados ou não, a verdade é que o grupo Cofina detém um produto de sucesso que pode criar inveja ou ambição desajustada na concorrência. Neste ponto pretendo explicar ambos os processos que mencionei, de forma a recriar da forma mais exata possível todos os passos que tomei ao longo dos mesmos.

Olhando primeiro para os inquéritos, aqueles que deram início à recolha de informação após o término do meu período de estágio, antes mesmo de pensar no que iria perguntar, quis definir a quem iria fazer as perguntas. Qual era o meu público-alvo, a minha amostragem que me daria os melhores resultados e aqueles que melhor iriam definir o retrato que existe atualmente em Portugal no que toca ao interesse informativo das massas.

Assim sendo, desde o início que pensei em recorrer às redes sociais. Isto porque, ao contrário do que acontecia no início desta década, o perfil do utilizador do Facebook já não está tão restrito a uma faixa etária mais jovem. Atualmente vemos pessoas de todas as gerações a navegarem por feeds de amigos que já não viam há anos ou a vasculharem os perfis dos filhos, portanto, mais do que nunca, agora seria a altura ideal para fazer o meu inquérito chegar a indivíduos de diferentes idades, de diferentes zonas do país, de mentalidades completamente distintas. Como precisava de uma plataforma digital para divulgar o meu inquérito, recorri ao Survio (site disponível em www.survio.com), uma página online para criação de questionários e recolha de respostas aos mesmos.

Assim que organizei as perguntas e as estruturei da melhor forma, comecei o trabalho de divulgação. O truque foi, além de partilhar a ligação para o inquérito no meu perfil de Facebook, fazer um apelo em grupos destinados a determinados tipos de utilizadores. Um deles foi o grupo que partilho com uma grande parte dos alunos da Universidade do Minho. Neste grupo consegui garantir um bom número de respostas de uma comunidade, na sua maioria, mais jovem e com uma opinião uniforme no que toca ao produto que procuram consumir a nível informativo. Claro que, para contrapor esta faixa etária, recorri também a grupos mais gene-

ralistas, como aqueles direcionados para vendas de artigos ou de moradores de certas cidades (no meu caso partilhei no grupo de moradores de Braga, Vila Real e Fafe).

Já na fase das entrevistas que decidi realizar, escolhi como entrevistadas a Ana Rita Basto e Liliana Rodrigues, ambas apresentadas na figura 3 e jornalistas em órgãos de comunicação social muito diferentes: a primeira é jornalista e coordenadora executiva de informação no Porto Canal, enquanto que a segunda trabalha atualmente como jornalista na delegação de Braga do Correio da Manhã/CMTV, tendo já ocupado as funções de chefe de redação na delegação do Porto.



Figura 3 – Ana Rita Basto (esquerda) e Liliana Rodrigues (direita) contam já com vários anos de carreira ligados ao jornalismo nacional. (Imagens: reprodução Facebook)

Tendo estagiado no Porto Canal durante a licenciatura e conhecendo melhor a realidade desse canal (a par do que também fiquei a conhecer do Correio da Manhã/CMTV durante o meu segundo estágio curricular), achei que conseguiria fazer uma análise mais aprofundada sobre esses dois órgãos de comunicação já que vivi na primeira pessoa a rotina que é criada dentro das redações de cada um deles, assim como os métodos de trabalho tipicamente aplicados pelos profissionais ligados à instituição.

Nos dois inquéritos optei por não divagar muito e fazer perguntas mais diretas, das quais pude com mais facilidade compreender se realmente a CMTV e o CM estão ou não a instigar um novo estilo de prática jornalística. Tive, também, o cuidado de adaptar um pouco as questões entre os dois inquéritos, dado que um deles serviria como análise exterior ao Correio da Manhã, enquanto que o outro traria a análise dada por alguém dessa instituição. Comecei por pedir uma análise geral de como é um dia de trabalho na redação dos respetivos jornais/televisões, na expectativa de conseguir perceber se haveria logo aqui alguma distinção de destaque. Continuando nesta missão de traçar um perfil do conteúdo jornalístico produzido, questionei ambas as entrevistadas sobre o tipo de notícias que se enquadram melhor naquilo que o jornal/canal gosta de fazer chegar ao público.

Pedi ainda que me enumerassem os pontos fortes dessas mesmas notícias, antes de avançar para perguntas mais específicas para o tema sobre o qual estou a escrever nestas páginas. Sem esconder a popularidade que o órgão de comunicação da Cofina tem atingido, perguntei a Ana Rita Basto se esse sucesso por parte do material sensacionalista tinha já levado a uma mudança (ainda que ligeira), na linha editorial do Porto Canal. Já a Liliana Rodrigues, uma das peças por trás desse fenómeno CM, perguntei quais acha que são os fatores que tanto têm atraído o público para um produto tão criticado em “praça pública”.

Por último, e seguindo aquilo que nos é transmitido no livro *The Elements of Journalism*, ao garantir que “o jornalismo deve dar voz aos que não a têm, vigiando as minorias poderosas da sociedade em nome da maioria na luta contra a tirania” (Kovach & Rosenstiel, 2003), confrontei as duas com os nove elementos base da prática jornalística e pedi que escolhessem aquele que apresentasse a essência do trabalho que o Porto Canal e CMTV/CM, respetivamente, produzem.

Passo a enumerar os nove elementos, transcrevendo-os exatamente como foram apresentados na entrevista:

- A primeira obrigação do jornalismo é com a verdade.
- A sua primeira lealdade é com os cidadãos.
- A sua essência é a disciplina da verificação.
- Os seus praticantes devem manter independência daqueles a quem cobrem.
- O jornalismo deve ser um monitor independente do poder.
- O jornalismo deve abrir espaço para a crítica e o compromisso público.
- O jornalismo deve empenhar-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante.
- O jornalismo deve apresentar as notícias de forma compreensível e proporcional.
- Os jornalistas devem ser livres para trabalhar de acordo com sua consciência.

Além da opinião especializada, peguei também na opinião popular, através dos já referidos questionários. Como em qualquer modelo base, procurei primeiro definir ao certo que via iria usar para fazer o questionário chegar à amostragem. Após esta fase surge a primeira etapa do inquérito, em que pergunto se o inquirido vê ou não canais informativos na televisão por cabo. Daí para a frente, todas as questões são dirigidas para quem não acompanha apenas os canais de sinal aberto. Após saber quais dos canais informativos as pessoas preferem acompanhar (forma de saber se, dentro da amostragem, a CMTV também ocupa um lugar de destaque). Voltando-me também para a popularidade que a CMTV/CM detém nas plataformas online, decidi também averiguar quais os elementos da estrutura de uma notícia que os inquiridos veem como mais essenciais na hora de chamar a atenção dos leitores/espetadores, podendo depois cruzar os resultados obtidos com as características do produto partilhado pela CMTV/CM nas suas redes sociais e sites.

A reta final do questionário, composto por três questões, já só estavam voltadas para aqueles que acompanham as transmissões da CMTV, com interesse para a programação que preferem, o porquê dessa preferência e, olhando só para os noticiários, quais acham que são os motivos para que sejam tão assistidos.

Reforçando mais uma vez a ideia de que eu próprio já estive inserido em duas realidades informativas diferentes dentro do nosso país durante alguns meses, esta foi a metodologia que escolhi para complementar a minha final conclusão sobre o futuro do jornalismo e sobre a influência que a CMTV/CM está a ter na formação desses próximos tempos.

8. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Após a fase de inquéritos e o tempo de resposta às entrevistas, ambos elementos da metodologia que mencionei atrás, dei início à análise dos dados recolhidos, que passarei de seguida a apresentar.

Começando pelos inquéritos, aqueles que apresentam resultados mais factuais, obtive 100 respostas à primeira questão. Isso simboliza uma taxa de resposta de 100%, uma vez que escolhi realizar 100 inquéritos (sendo que este número pareceu-me bem por não ser demasiado pequeno mas também por não se mostrar demasiado extenso para uma análise de dados mais correta). Nessa primeira pergunta, onde procurava saber o género do inquirido, a grande maioria identificou-se como feminino (71%), enquanto que os restantes 29% destinam-se aos inquiridos do sexo masculino. Avançando para a segunda questão, a idade do inquirido, houve mais uma faixa etária que se destacou de todas as outras: a dos 18 aos 30 anos. Dos que responderam ao inquérito, 84 pessoas estavam compreendidas nesse intervalo, com as restantes dezasseis pessoas a distribuírem-se da seguinte forma: onze com idades entre os 31 e os 45 anos, três com menos de 18 anos, um na faixa etária dos 46 aos 65 e outro inquirido com mais de 65 anos.

Até este ponto tenho uma amostragem maioritariamente feminina e jovem, com 30 anos ou menos. Seguindo para as habilitações literárias, encontro também uma grande “fatia” dos inquiridos com o ensino secundário completo ou em graus superiores (talvez reflexo do uso das redes sociais ainda estar muito voltado para a geração mais jovem e que dedicou mais anos aos estudos). Como podemos ver na figura 4, 48 pessoas pertencentes à amostragem completaram a licenciatura, com outras 23 a terem terminado o 12.º ano. O único valor que ainda mostra também algum destaque são os 13 inquiridos que apresentam grau de mestre. De resto, entre doutorados, pós-graduações e graus inferiores ao secundário, apenas foram questionadas 16 pessoas.

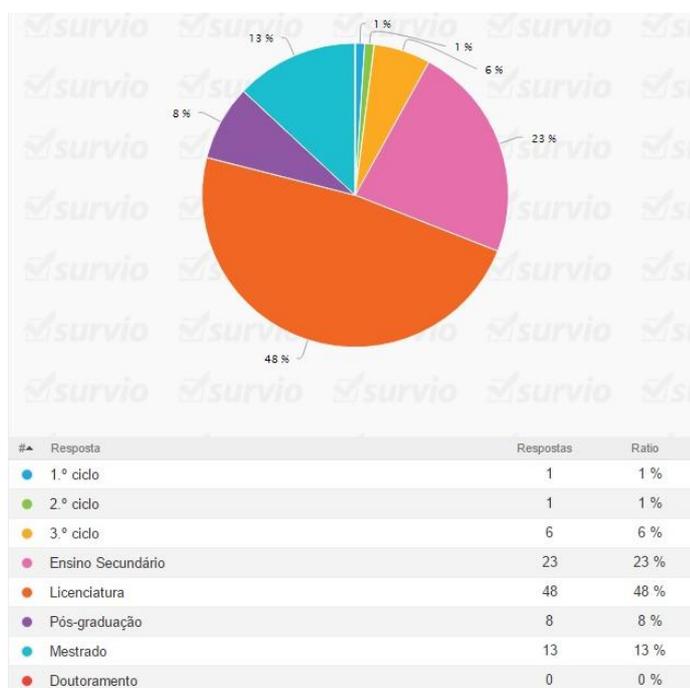


Figura 4 – Esquema gráfico das respostas à terceira questão do inquérito.

O último traço que tentei identificar no perfil dos inquiridos foi a sua ocupação, quer ela fosse emprego ou estudos. Aqui, como nos graus de ensino, não houve apenas uma categoria de destaque, mas sim duas. Mesmo com a maior parte da amostragem a revelar-se jovem, a verdade é que essa mesma maior parte é também trabalhadora por conta de outrem, com essa categoria a arrecadar 43% dos inquiridos. Seguem-se os estudantes, que acumularam 37% das 100 pessoas que responderam aos inquéritos. Um pouco como espelho do panorama nacional da atualidade, também os desempregados estiveram representados por quinze inquiridos. As categorias de “reformado”, “trabalhador por conta própria” e “funcionário público” pouca influência tiveram no balanço dos resultados.

Podemos assim constatar que, de uma forma geral, o público feminino, entre os 18 e 30 anos, com um grau de educação centrado no ensino secundário e licenciatura e com ocupação profissional enquanto empregado, constitui o modelo de inquirido que participou nesta fase da minha metodologia.

Passando para a seguinte fase, agora que o perfil do público que colaborou nesta pesquisa está traçado, foi hora de descobrir quantos dos 100 inquiridos consomem a sua informação através da televisão por cabo. Dada a popularidade que os canais pagos têm há já alguns anos no nosso país (dados da GfK e da CAEM, divulgados em atelevisao.com, apontam para o domínio da tv por cabo entre 1 e 20 de abril de 2017 com uma média de 48,4% de share), não foi surpreendente ver que 81% dos inquiridos revelou acompanhar algum dos canais noticiosos pagos. Dentro da panóplia de opções, o vencedor foi a SIC Notícias, com 45,1% da amostragem (representativo de 37 pessoas) a mostrarem preferência por esse canal temático da SIC. Seguem-se a TVI24, escolhido por 20 pessoas (24,4% dos inquiridos), e a RTP3, preferida por 12,2% da amostragem (10 pessoas), A CMTV empatou nesses valores, repetindo também os 12,2%, ou seja, dez pes-

soas das 82 que responderam a esta questão acompanham o canal da Cofina. Em último aparece o Porto Canal, posição justificável pelas notícias mais territoriais e conteúdo desportivo ligado a apenas um dos chamados “três grandes” do futebol em Portugal. O canal sediado em Matosinhos é seguido por 5 dos inquiridos, parcela que representa 6,1% das respostas.

Tendo agora em conta a estética e conteúdos mais chamativos das notícias online (convenhamos, é preciso saber despertar a atenção de um internauta para ele perder tempo da sua navegação a ler uma específica notícia), foi pedido aos inquiridos que classificassem, de 1 a 5, a importância que alguns fatores escolhidos por mim têm na hora de cativar alguém a assistir ou a ler uma notícia (sendo que 1 é "nada importante" e 5 é "muito importante"). Os fatores foram os seguintes:

- Título/oráculos da notícia;
- Imagem de destaque da notícia;
- Complemento multimédia (vídeos, galerias de imagens);
- Tema da notícia;
- Jornal/canal que produziu a notícia;

Fazendo a análise por fatores, 41 pessoas de 100 atribuiu a classificação de “4”, dando assim a entender que o título ou algum complemento textual em mais destaque numa notícia pode ser realmente aquilo que atrai alguma atenção. Apenas 4 pessoas deram uma classificação inferior a “3”, estando assim bem assente o lugar essencial que o título tem na construção da versão apelativa de uma notícia. Os valores exatos, como podemos ver em consulta na figura 5 ainda nesta página, revelam bem a tendência que a opinião das pessoas tomou.



Figura 5 – Título e tema da notícia provam ser, para os inquiridos, os fatores que mais atraem os leitores e espetadores numa notícia.

Avançando agora para o próximo fator que escolhi, a imagem de destaque, mais uma vez os votos dividiram-se entre os três pontos que atribuem maior importância. Aliás, nunca o valor “1” ou “2” assume um valor substancial. Neste caso, o “4” volta a ser a classificação que mais inquiridos atribuíram àquela imagem que, muitas vezes, é que nos decora o mural no Facebook quando vamos percorrendo as várias novidades dos amigos virtuais. Ainda assim, já se nota uma maior, ainda que ligeira, distribuição entre os vários patamares de avaliação.

Seguindo para o complemento multimédia, aquele que melhor reflete a adaptação do jornalismo às ferramentas que foram surgindo nos últimos anos, voltamos a ver que as pessoas olham para esses extras que agora as notícias apresentam como algo essencial para se destacarem. Galerias de fotografias ou mesmo os já habituais vídeos são sempre boas opções para dar um ar mais interativo à informação transmitida e acaba por tornar mais fácil e menos saturante o acréscimo de mais tópicos ao que é noticiado. A opinião geral volta a focar-se mais no nível “4”, aquele que até agora tem demonstrado ser o que mais consenso traz às respostas dos inquiridos.

Quando questionados sobre a importância do tema da notícia, não houve grandes dúvidas em ser este o tópico assinalado como o mais essencial aquando da escolha de que informação obter. Com 52 votos no nível “5”, o máximo dentro da escala que apresentei, este foi o elemento que mais votos atraiu para os dois níveis mais elevados. Só uma pessoa é que atribuiu o nível “1” e outra o nível “2”. O nível “3”, com apenas 9 votos, também viu os seus valores aqui a descerem consideravelmente em relação aos outros tópicos. Isto foi algo já esperado, dado que, por senso comum, a primeira filtragem que fazemos numa leitura ou escolha de canal informativo está ligada a que tipo de conteúdo poderemos encontrar. Desporto, política, cultura, educação, as opções são várias, mas o consenso está estabelecido: antes de consumir informação, tens de saber o que queres consumir.

O último fator em avaliação foi também aquele que mostrou a maior distribuição da opinião dos inquiridos. Não olhando tanto para a notícia em si mas antes para o órgão de comunicação que a noticiou, quis saber se as pessoas podem ou não escolher ler ou ver mais rapidamente uma notícia se esta estiver ligada a um jornal/canal específico. Aqui, os valores concentraram-se mais no centro da escala, com o nível de importância “3” a ter o maior número de votos em relação aos outros tópicos. O nível “4” apenas teve mais um voto que o seu antecessor, o nível “5” teve um mínimo de votos e os dois níveis mais baixos da escala, ainda que os menos escolhidos, atingiram máximos. Isto é prova de que, embora realmente grande parte da amostragem revele que é normal haver preferências por alguns órgãos de comunicação, o consenso existente já não é tão certo. Assim sendo, dos tópicos abertos a avaliação, este poderá ser o que menos influencia a escolha de ler/ver ou não uma notícia.

Entrando agora nas perguntas destinadas àqueles que se identificam como espetadores da CMTV, o primeiro passo foi saber se a procura por informação era ou não o principal motivador para que as pessoas procurassem o canal da Cofina. Entre as opções “Programação informativa (Notícias CM, CM Jornal 20H)”, “Programação desportiva (Mercado, Hora Record), “Programação de entretenimento (Manhã CM, Flash Vidas), “Reportagens especiais (Rua Segura)” e “Outros”, a primeira foi a mais votada com 31 votos, representando assim 41,3% do total de 75 votos. O entretenimento, a segunda categoria especificada com mais votos, nem a metade desses 31 chegou, ficando-se pelos 13, um equivalente a 17,3%.

Podemos então assim concluir que são mesmo as notícias que tanto atraem a maior parte dos espetadores para a CMTV. Na análise que fui fazendo ao longo destas páginas, admito várias vezes que conheço o teor sensacionalista que o Correio da Manhã e o canal televisivo associado empregam no seu conteúdo jornalístico, sendo também da minha opinião que é essa mesma faceta mais controversa que gera tantas críticas como audiências/vendas. Mas de nada serve a minha opinião para este relatório se não conseguisse descobrir que esta é partilhada por aqueles que estão atentos à programação da CMTV. “Por que razão é que acha que a opção que escolheu na pergunta anterior é a programação mais apelativa da CMTV?”, é assim que questiono os inquiridos, numa tentativa de, em texto aberto, me conseguirem explicar o porquê de seguirem aquele e não outro canal.

Encontra-se um pouco de tudo, inclusive opiniões mais voltadas para as alternativas de informação desportiva e de entretenimento (sendo que essas também foram votadas na questão anterior), mas o meu interesse volta-se para aqueles que justificaram o porquê de procurarem consumir as suas notícias neste canal em particular. Após a análise a todas as respostas que obtive, vejo que há um destaque enorme para a rapidez com que as notícias são dadas, as pessoas elogiam isso e referem que acompanham os noticiários do canal porque, além de atualizarem constantemente as notícias, fazem-no de uma forma apelativa que prende a pessoa que assiste ao ecrã. Ou seja, acaba por ser uma mistura apelativa entre o método de trabalho e o conteúdo apresentado que tanto puxa as pessoas a sintonizarem a CMTV. De forma a, porém, não deixar dúvidas, utilizei a última questão do inquérito para perguntar diretamente à parte da minha amostragem que vê a CMTV, quais são as características que os noticiários do canal apresentam para que o público os queira assistir. Como nos é perceptível pela figura 6, duas características destacaram-se facilmente, “temas abordados nas notícias” e “rapidez com que os jornalistas chegam ao local da notícia”.

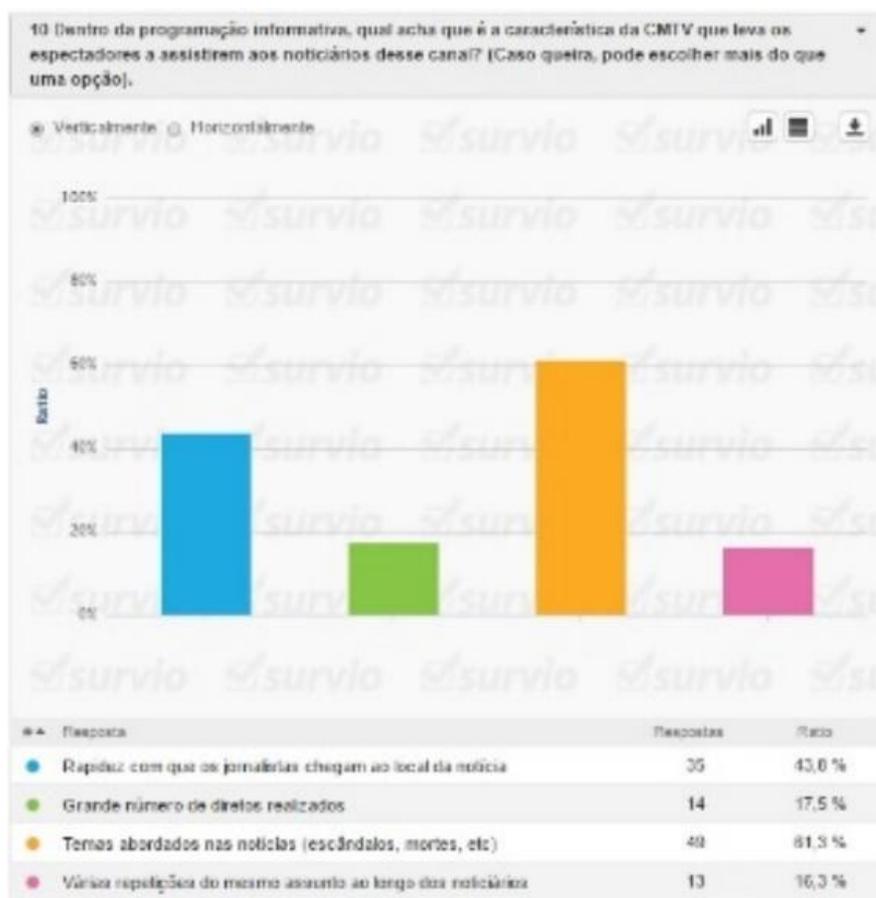


Figura 6 – Título e tema da notícia provam ser, para os inquiridos, os fatores que mais atraem os leitores e espetadores numa notícia.

Tendo em conta que, nesta questão, cada inquirido podia votar em mais do que um fator se assim entendesse, não é de estranhar que nenhuma das quatro escolhas tenha tido poucos votos. Não obstante, foram mesmo os dois fatores mencionados que se destacaram e vêm assim comprovar o que ficou também bastante explícito nas respostas de texto aberto.

Na entrevista que realizei, Liliana Rodrigues concorda com esses aspetos e ainda realça os alertas CM, conteúdos que, na sua opinião, fazem com que nada “fica por contar, todos os ângulos são analisados e apurados, sempre em direto se necessário. O elevado número de diretos na CMTV aproximam o telespectador que se senta no local do acontecimento”. Aliás, para a Liliana, é essa proximidade do local que está no ADN do Correio da Manhã e CMTV que os tornam tão populares: “Vamos à aldeia mais escondida se justificar uma reportagem, sempre no sentido de apurar de perto e transmitir a realidade. Costumamos dizer, que a CMTV é a primeira a chegar e a última a ir embora de um acontecimento. É quase uma regra. Tem a ver com a cobertura exhaustiva de um acontecimento e acontece sempre que interessa ao telespectador. Permite ao telespectador estar no local, apesar do recato do sofá, e essa é umas das mais valias e atractivos da CMTV”.

Claro que a jornalista, contando com vários anos de trabalho ligados ao órgão de comunicação onde se encontra atualmente, não esconde o gosto que o mesmo tem por partilhar um lado mais chamativo e até

mais aparatoso das notícias, garantindo que “as preocupações sociais, nomeadamente com casos de denúncias de situações que afetam o bem estar da sociedade, estão entre as prioridades da linha editorial do CM e CMTV, que aposta sempre na investigação de casos que podem gerar indignação/polémica/estupefacção”.

Na questão final que coloquei à Liliana, relacionada com a escolha de um dos nove elementos base do jornalismo (Kovach & Rosenstiel, 2003), revelou algo que, provavelmente, não é tão associado pelo público em geral à CMTV/CM como é a outras publicações do nosso país: a base de tudo o que é trabalhado é a verdade. Segundo a jornalista, todos os elementos que apresentei “têm de estar presentes na atitude do jornalista profissional (...) mas diria que a primeira obrigação do jornalismo é com a verdade. Se essa regra for seguida, tudo o resto segue obrigatoriamente por acréscimo. A verdade é o alicerce do jornalismo”.

Pego neste facto para fazer a ligação à outra entrevistada, Ana Rita Basto, que nessa mesma questão não hesitou em dar a mesma resposta de que a verdade é também o elemento base de tudo o que é feito a nível informativo no Porto Canal. Mesmo sendo associado a uma imagem de ser mais ligado à atualidade do Norte do país, Ana Rita garante que “não há propriamente uma temática ou área que nós [Porto Canal] sigamos em detrimento de outra. Todos os assuntos que têm impacto na vida das pessoas, têm espaço no Porto Canal”.

Notam-se aqui algumas semelhanças entre o que ambas as jornalistas acham da linha editorial dos respetivos canais onde trabalham. Isto porque a Ana Rita garante que, tanto ela como a equipa com quem trabalha, quer que, quem veja o Porto Canal, “esteja informado sobre o que se passa no país, mas queremos também dar algo mais, chegar a locais que os outros não deem tanta atenção”.

Claro que a ligação evidente ao FC Porto não pode ser evitada, mas Ana até vê isso não como um motivo para alguém afeto a outro clube deixar de seguir o canal, mas sim como uma “marca distintiva” no panorama televisivo nacional. De resto, não há distinção ou preferências entre Norte, Centro ou Sul, e o objetivo de “dar uma visão mais regional aos temas mais nacionais” espalha-se de uma ponta à outra de Portugal: “temos delegações em Bragança, Chaves, Vila Real, Braga, Guimarães, Tâmega e Sousa, Alto Minho, Viseu e Lisboa. Isso faz com que seja possível estar em sítios que nem todos estão e a dar reportagens com pessoas desse território”.

Confrontada depois com um dos focos deste meu relatório, o de saber se a popularidade da CMTV está a obrigar os restantes órgãos de comunicação a alterarem as rotinas de trabalho já estabelecidas, Ana Rita garante que “não houve mudanças de fundo”. Embora afirme que, havendo agora mais uma televisão a acrescentar na concorrência têm também de estar atentos ao que esse canal produz, “não passamos a fazer mais crime ou notícias sensacionalistas só porque a CMTV faz. Fazemos sempre uma análise se devemos fazer um direto, se justifica e o que acrescenta”.

Assim sendo, e comparando as respostas das duas jornalistas, vemos que as diferenças entre os métodos de trabalho de uma publicação não estão propriamente a mudar os da outra, apenas existe uma

atenção especial face ao crescimento em popularidade que a CMTV (e CM, embora esse não passe tanto por comparações com o Porto Canal, sendo uma publicação impressa) tem recebido nos últimos anos.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

[...] Dois executivos de uma cadeia de televisão norte-americana assistiam a três telejornais ao mesmo tempo. Uma das notícias do dia relatava um incêndio num orfanato em Staten Island. Após o final da reportagem, um dos executivos lamentava-se porque uma televisão concorrente tinha melhores imagens na sua reportagem. “As chamadas deles são mais altas do que as nossas”.

Mas o outro executivo respondeu: “Sim, mas a nossa freira chorava mais alto que as outras”.
(Diamond, 1975, XI).

Este pequeno excerto é um resumo muito curto, mas eficaz na missão de transmitir a relação que agora existe entre transmitir informação e lucrar com essa transmissão. As cadeias de televisão já perceberam que são os mínimos detalhes que contam na luta pelas audiências e o importante acaba por ser criar uma identidade própria, uma marca que só tu apresentes e que as pessoas saibam que, naqueles contornos, ninguém tem melhor produto do que tu

A CMTV enquadra-se bem nessa vertente. É criticada bastante por recorrer a “truques” sensacionalistas, a espalhar informação polémica e que gera demasiada discussão. Porém, são exatamente essas características que lhe dão a “personalidade” que lhe é tão facilmente associada, é por esses traços que cada vez mais pessoas procuram o canal da Cofina e lhe dão audiências que levam à liderança da televisão por cabo.

Já referi várias vezes (assim como as minhas entrevistadas para este relatório) a rapidez pela qual a CMTV é conhecida na cobertura e atualização de notícias no terreno. Pode já ser alvo de paródia, mas a verdade é que o grande número de diretos que esse canal transmite é outra das marcas essenciais do produto por ele apresentado, e outra que acaba por fazer a diferença aquando da procura em estarmos o mais informados possível. Recentemente temos dois bons casos que exemplificam na perfeição o tipo de notícia que a CMTV ficou conhecida por cobrir exaustivamente: os incêndios no verão de 2016 e a “caça ao homem” a Pedro Dias, implicado em vários homicídios em Aguiar da Beira em outubro de 2016.

Estes dois acontecimentos permitiram à CMTV construir uma rede de diretos que se estendeu durante dias, várias horas diariamente. Sobre qualquer um destes dois assuntos, ao espetador foi dada a garantia de que se algo acontecesse a CMTV seria a primeira a saber, visto que tinha presença exaustiva no terreno e ia fazendo vários diretos, sempre à espera de alguma novidade. De acordo com os dados da GfK/CAEM e divulgados pelo site Espalha-Factos, o canal foi líder da cabo a 12 de agosto graças à cobertura do combate aos incêndios. A “caça ao homem” permitiu ficar outra vez em primeiro nos canais pagos, dessa vez a 12 de outubro, alcançando inclusive um máximo anual de audiências, com 3,4% de quota de mercado.

Na verdade, acabamos por estar perante um fenómeno em que muitas das pessoas, mais do que a informação já filtrada, gostam de possibilidade de ver os acontecimentos tal e qual eles são, sem imagens de pintura ou cortes no discurso. Isso é possível graças aos diretos e à forma como, hoje em dia, o imprevisto e o peculiar são procurados para efeitos de “headlines”. Estas tendências de “fait-divers nos telejornais e na imprensa, o sensacionalismo noticioso mais variegado, o sucesso da imprensa de coração, revelam que para lá do interesse público há a curiosidade informativa insaciável que da informação espera mais diversão que formação” (Fidalgo, 1996, pág.1), não sendo portanto estranho que cada vez mais se comece a definir um grupo significativo de espetadores que procuram sempre um pouco de espetáculo em toda a informação que consumem, procurando sempre aquela história fora do normal que acabe por dar algo de surreal à rotina, aos tópicos de conversa do dia-a-dia.

Com toda esta investigação consegui concluir também que, se o jornalismo nunca foi uma área onde o ritmo de trabalho pudesse ser lento, em pleno séc. XXI as notícias não podem sair apenas uma ou duas horas depois de acontecerem. Já é tarde, já muito foi falado e já muito foi divulgado sobre a situação para que esta ainda seja considerada novidade 120 minutos depois. Claro que a atualização é e deve ser feita de forma gradual e sempre com bases sólidas que confirmem a veracidade do que é dito/escrito mas, depois de utilizares um site ou canal específico para ires buscar a informação inicial, terás sempre a tendência de ir lá buscar o que de novo for surgindo. Não estou com isto a querer justificar uma política de "dispare primeiro, pergunte depois" já que, como foi visível no caso da queda (ou não queda) do avião Canadair durante o combate aos fogos de Pedrógão Grande, nem sempre essa é a melhor política. Falo do caricato episódio em que vários órgãos de comunicação nacionais e até internacionais reportaram a queda de um avião durante a luta ao fogo de Pedrógão quando, na verdade, nada tinha acontecido. O que aconteceu é que a Proteção Civil confundiu uma explosão com a queda do aparelho e foram vários os jornais que não hesitaram em noticiar esse acontecimento sem esperarem por confirmação. Horas depois da suspeita de queda ser divulgada, a Proteção Civil divulgou o comunicado oficial que apenas reportava uma explosão. Um bom exemplo de como parece valer tudo na corrida pela divulgação de algum exclusivo.

É também dentro destes contornos que vemos, por exemplo, cada vez mais imagens de telemóveis ou outros dispositivos a encherem o ecrã da nossa televisão ou computador, contrariando assim a norma de que o “trabalho televisivo implica a existência de alguém que saiba captar imagens” (Canavilhas, 2001, pág.4). No meu tempo na CMTV tivemos inúmeras pessoas a ligarem para a redação a informarem que tinham gravações de determinada notícia que estávamos a divulgar. Lembro-me de uma explosão num apartamento e de termos acesso a imagens dos momentos que sucederam a explosão graças a uma dessas pessoas que ligou e disponibilizou as imagens. Não era o melhor vídeo no que toca a qualidade de imagem ou enquadramento técnico, mas a verdade é que, entre mostrar aquele “pedaço de realidade” ou uma peça televisiva montada com imagens do prédio em questão horas depois de tudo ter acontecido, o primeiro mos-

trou-se muito mais apelativo e capaz de despertar a curiosidade dos espetadores. Aliás, “a construção da realidade televisiva exige que se dê ênfase especial ao conteúdo dramático e emocional” (Canavilhas, 2001, pág.5) e é mesmo isso que esse tipo de imagens gravadas por simples espetadores que estão no local oferecem: uma reação sincera e sem filtros ao acontecimento.

Temos a rapidez, temos os diretos e a cobertura exaustiva, temos elementos como as imagens “não profissionais” que ajudam na aproximação do público à realidade da notícia e, temos ainda, o Alerta CM. Mais uma vez, uma característica do canal que acaba muitas vezes por ser alvo de paródias e de brincadeiras mas que, com toda a seriedade, é algo que atribuiu à CMTV uma espécie de grito de chamamento, de bandeira que se levanta quando a notícia é realmente merecedora de destaque (pelo menos, segundo o entendimento da linha editorial do canal). Afinal, “uma frase bombástica a abrir, um pequeno oráculo a dizer “exclusivo” (...) são alguns elementos que introduzidos na montagem despertam a atenção e permitem espectacularizar a notícia” (Canavilhas, 2001, pág.7).

Concluindo, e sem querer alongar demasiado aquilo que em todas estas páginas tenho vindo a defender, a CMTV não é um monstro de sete cabeças, não tem um método de trabalho completamente diferente dos restantes órgãos de comunicação social. Segue-se sim por áreas e metodologias que evocam o que de mais controverso e polémico a informação pode ter. É essa abordagem que vale ao canal críticas diárias sobre a forma como expõe ao público o seu produto. Porém, é também essa abordagem que dá à CMTV as características que a torna diferente, que a torna num símbolo já bem conhecido da informação a nível nacional. A verdade é que nem a TVI24, RTP3, SIC Notícias ou Porto Canal conseguem ser mencionados tantas vezes quantas a CMTV é, simplesmente porque as pessoas já lhe associam uma imagem e estrutura noticiosa muito específica.

Ainda assim, não me parece que as mudanças que estão em curso no jornalismo nacional sejam uma consequência da popularidade que o canal da Cofina tem atingido. Tanto a CMTV como os outros canais estão sim a adaptar-se a um novo modelo de jornalismo, um modelo que tem como competição as redes sociais, a atualidade segundo a segundo e que obriga a que, com a crescente competição, as publicações e canais televisivos procurem cada vez mais não só informar, mas também dar algo mais aos leitores/espetadores. Não nos podemos esquecer que a faixa etária mais jovem não irá perder tão cedo a tendência de consultar as notícias na internet e que isso acabará por prejudicar de uma forma geral as audiências de todos os canais informativos. Em estudo feito pela OberCom, foi possível concluir que 55% de um universo de 1035 inquiridos prefere consultar notícias online e que essa mesma "fatia" é composta por indivíduo de uma faixa etária reduzida. Com este cenário praticamente solidificado como um futuro certo no consumo noticioso, é essencial que os canais apostem em pontos fortes e atrativos. Ainda assim, o Porto Canal não vai fazer mais diretos só porque a CMTV o faz, a RTP3 não vai procurar algo mais sensacionalista só para apa-

nhar “boleia” no sucesso da CMTV. Podem sim, se as análises assim o mostrarem, adaptarem o conteúdo que apresentam para ir de encontro àquilo que o público mais procura.

Não, não será uma mudança eminente no jornalismo nacional, mas sim uma mudança gradual. Podem colocar a CMTV como a líder dessa mudança mas, na verdade, o canal foi simplesmente o único que, para já, encontrou um equilíbrio na linha editorial que permite andar perto daquilo que muitos ainda criticam mas que todos comentam e procuram.

BIBLIOGRAFIA

30 nomes: Trigesimo Aniversário do CM, [on line]. Acedido em http://30anos.correioamanha.xl.pt/historia_cm.php

ALVES, R. C. (2006). *Comunicação e Sociedade, Jornalismo digital: dez anos de web...e a revolução continua*, vol. 9-10, pp. 93-102. Acedido em <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1157/1100>

CANAVILHAS, J. (2001). *Televisão, O domínio da informação-espetáculo*. Universidade da Beira Interior. Acedido em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-o-dominio-da-informacao-espectaculo-na-televisao.pdf>

CARDOSO, G., LIMA, T., MENDONÇA, S. & PAISANA, M. (2015). *A Internet e o consumo de notícias online em Portugal2015*. Acedido em <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2016/06/A-Internet-e-o-consumo-de-not%C3%ADcias-online-em-Portugal-2015.pdf>

COELHO, P. M. (2016). *Caça ao homem leva CMTV a máximo do ano*. Acedido em <https://espalhafactos.com/2016/10/12/caca-homem-cmtv-maximo/>

COELHO, P. M. (2016). *CMTV lidera com cobertura de incêndios*. Acedido em <https://espalhafactos.com/2016/08/12/cmtv-lidera-cobertura-dos-incendios/>

FIDALGO, A. (1996). *O consumo de informação. Interesse e curiosidade*. Universidade da Beira Interior. Acedido em <http://bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-antonio-interesse-curiosidade-informacao.html>

KOVACH, B. & ROSENSTIEL, T. (2003). *The Elements of Journalism*. Livro impresso. Madrid: Santilla Ediciones Generales, S. L.

REAL, H. (2016). *CMTV lidera o cabo em abril*. Acedido em http://www.cmjornal.pt/tv-media/detalhe/cmtv_chega_a_lideranca_no_cabo

SOBRINHO, D. A. (1994). *Espreme que sai sangue: Um estudo do sensacionalismo na imprensa*. Livro impresso. São Paulo: Summus Editorial Ltda.

SOUSA, H. (2007). *Tecnologias da informação, Mudança Social e o Futuro. O caso do jornalismo on-line em Portugal*. Livro impresso. Porto: Edições Ecopy, 85-106

CIDADES

V. N. FAMILIÇÃO. INTERVENÇÃO EM VÁRIAS FREGUESIAS

Município aprova segunda fase de investimento de 5,5 milhões

FINANCIAMENTO ♦ Autarquia com “saúde financeira” para obras que visam extensão de saneamento básico e redes de água. **COMPROMISSO** ♦ Paulo Cunha, edil de Famalicao, já tinha prometido esta medida durante a sua campanha eleitoral em 2013.

JOÃO PEDRO PEIXOTO*

O executivo municipal de Vila Nova de Famalicao aprovou aquela que será a segunda fase de um conjunto de obras direcionadas para o saneamento e abastecimento de água para a população. No total, esta intervenção está avaliada em 5,5 milhões de euros.

O objetivo do presidente da câmara, Paulo Cunha, já anunciado em 2013, durante a sua campanha eleitoral, é que, até ao próximo ano, 95,9 por cento do território do concelho de Famalicao disponha de água potável, enquanto o saneamento

OBRAS VÃO CHEGAR ATÉ 17 FREGUESIAS DO CONCELHO DE V. N. DE FAMILIÇÃO

básico deverá chegar a 82,7 por cento dos habitantes.

Sobre esta decisão, o autarca diz que assumiu o “compromisso com os famalicensenses”. “A saúde financeira do município permite-nos avançar para a realização destas obras essenciais à qualidade de vida dos famalicensenses”, venceu o autarca.



Obras vão levar água potável e saneamento a quase todo o concelho

IMAGENS INÉDITAS DO 25 DE ABRIL

❑ No próximo dia 25 de abril, o Arquivo Municipal Alberto Sampaio, em Famalicao, vai projetar imagens inéditas dos arquivos da RTP da Revolução de 1974.

EMPRESAS ACOLHEM ALUNOS

❑ A Câmara de Famalicao, através da Rede Famalicao Empreende, permitiu que 15 empresas da zona recebessem 55 alunos do concelho para fazerem ministérios.

PARCERIA ENTRE FORÇAS DO TÊXTIL

❑ Conhecidas como capitais do têxtil, Famalicao e Arreixo vão assinar um acordo de geminação, de forma a que ambas recebam um maior impulso económico.

Mesmo com a câmara a garantir o financiamento das obras, o edil não descarta apoios comunitários, algo que o mesmo vê como uma forma de “ir ainda mais longe no incremento das melhores condições de vida”.

Sendo assim, estão agora abertas para concurso público as empreitadas referentes às redes de Águas Residuais e Abastecimento de Água no Vale do Rio Pelhe e no Vale do Rio Este. As duas redes abrangem as freguesias de Vale S. Cosme, Telhado, Portela, Nine, Mouquim, Lemenhe, Jesufrei, Arnoso Santa Eulália, Arnoso Santa Maria e Sezures, alcançando um total aproximado de 5,5 milhões de euros investido neste setor. Paulo Cunha garante que são esses os resultados previstos até 2017 que o “motivam a continuar a fazer esforços para que a qualidade de vida ambiental chegue a todo o concelho no mais curto espaço de tempo”, embora admita, apelando à paciência, que, até estarem concluídas, as obras – que vão chegar a 17 freguesias – podem causar transtornos. ♦ *COM.S.P.C.

“Saúde de ferro” não evita críticas da oposição



Câmara aprovou as contas

❑ A maioria PSD/CDS-PP que lidera a Câmara de Famalicao aprovou ontem as contas de 2015, falando em finanças com “saúde de ferro”, mas a oposição socialista defende uma diferente canalização dos gastos. “O que não concordamos é com gastos excessivos com festividades”, referiu o vereador do PS, Ivo Sá Machado. ♦

ENSINO SUPERIOR. APOIO MUNICIPAL

Alunos receberam bolsas

❑ A Casa das Artes de Famalicao recebeu a gala de entrega de bolsas de estudo para alunos do ensino superior, entregues pessoalmente por Paulo Cunha, presidente da câmara de Vila Nova de Famalicao.

No total, foram 265 os estudantes do concelho que receberam este apoio, que, em média, rondou o valor de 700 euros, já

que o mais alto atingiu os 1000 euros e o mais baixo os 500.

“De nada adiantaria ao município apoiar as crianças dos vários graus de ensino, do pré-escolar ao secundário, se depois não fosse capaz de dar o último impulso para que os jovens conseguissem concluir o seu percurso escolar”, referiu Paulo Cunha. ♦



Paulo Cunha entregou bolsas

JOANE. AJUDA SOCIAL

Novo gabinete cria apoio para desempregados

❑ Vista como uma resposta de âmbito social para o combate ao desemprego, a abertura do novo gabinete de apoio ao desemprego em Joane, promovido pela Associação Teatro de Construção, foi bem recebida pelos habitantes desemprega-

dos da vila do concelho de Famalicao e também por aqueles de freguesias vizinhas.

António Leite, delegado regional do Instituto de Emprego e Formação Profissional, esteve presente na inauguração desse novo espaço e relembrou a “importância do acompanhamento personalizado de cada desempregado, tratando-o como pessoa e não como simples número”, algo que o gabinete de apoio estará pronto a fazer. ♦

CIDADES

GUIMARÃES. PLATAFORMA GUIMARÃES.MYCITY JÁ DISPONÍVEL

Nova aplicação permite melhor controlo de estragos na cidade

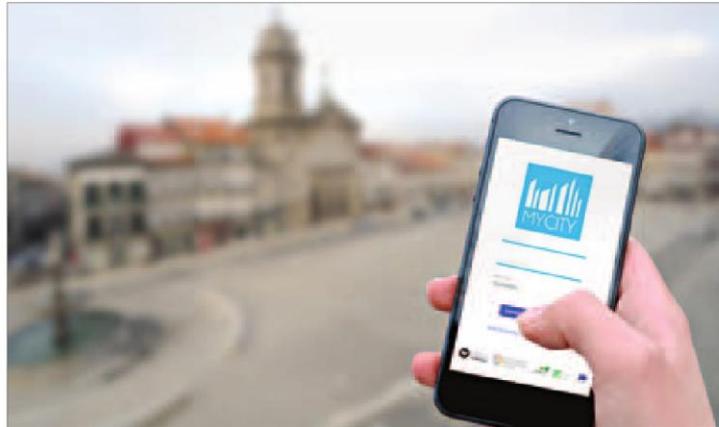
MODERNIZAÇÃO • Município vê este projeto como uma forma mais rápida e eficaz de receber sugestões dos vimaranenses.
PERIGOS • Objetivo passa por detetar cedo situações como derrocadas de muros, danos em estradas ou até vandalismo.

JOÃO PEDRO PEIXOTO*

O município de Guimarães fez recentemente um investimento na modernização dos serviços que oferece aos habitantes do concelho, na forma da aplicação Guimarães.MyCity, uma plataforma online que vai permitir que qualquer pessoa possa denunciar alguma situação fora do comum, como é o caso de vandalismo a estruturas municipais ou até ocorrências mais perigosas, como a derrocada de um muro ou mesmo estruturas que estejam em risco de ruir.

GASTOS DESTINADOS A OBRAS PÚBLICAS DEVEM DIMINUIR COM APLICAÇÃO

O processo é simples, já que qualquer vimaranense pode agora criar uma conta nesta nova aplicação desenvolvida pela Câmara de Guimarães e, dessa forma, denunciar qualquer irregularidade que encontre no município. Por exemplo, se algum monumento foi vandalizado, qualquer habitante pode tirar uma fotografia e sub-



Aplicação está disponível para smartphones, tablets e computadores e pode ser utilizada a qualquer momento

metê-la, via smartphone, tablet ou computador, na plataforma do MyCity, de forma a que a câmara tome conhecimento mais rápido e possa reencaminhar para o departamento municipal adequado. O utilizador que alertou para o problema pode

acompanhar o desenrolar da situação, até ser resolvida.

O edil Domingos Bragança acredita que este projeto “proporciona a criação de um diálogo permanente e construtivo com os cidadãos, empresas e associações, demonstrando que

a contribuição das pessoas faz, de facto, toda a diferença”. Conhecer precocemente qualquer incidente acaba por não só beneficiar a nível de segurança, como pode garantir que o município reduza gastos em intervenções na via. • *COM S.P.C.

Serviços como a recolha de lixo estarão incluídos

Embora o foco da plataforma esteja voltado para situações mais graves como os possíveis casos de vandalismo, os vimaranenses poderão também aceder a este novo apoio municipal para denunciarem ocorrências como a necessidade de recolha de lixo, carros em estacionamento abusivo, viaturas abandonadas ou animais em perigo. •



Recolha de lixo é parte do serviço

INTERVENÇÃO. CASA DE DONÃES

Obras no centro histórico

A sede da Autoridade para as Condições do Trabalho vai passar para novas instalações. A mudança para a Casa de Donães, edifício situado no Centro Histórico de Guimarães, implicou o começo de obras de adaptação do prédio, de forma a que este garanta as condições necessárias para o funcionamento dos novos serviços, que

vai acolher já a partir de junho. Avaliadas em 208 mil euros, as intervenções vão garantir que a fachada do edifício seja apenas renovada, já que se trata de uma área classificada como Património Cultural da Humanidade pela UNESCO, enquanto o interior terá de sofrer mudanças mais acentuadas, dado o estado de degradação. •



Fachada da Casa de Donães

OBRAS. INTERVENÇÃO DE 371 MIL €

Antiga escola recebe academia de música

A antiga escola EB 1 de Bairro está, desde quarta-feira, a ser preparada para receber a Academia de Música de Pevidém. Traduzida num investimento superior a 371 mil euros, a realização destas obras representa alterações em 450 metros qua-

drados de área num único piso. Estando previsto que decorram durante quatro meses, só no final de julho é que se poderão ver as novas instalações da escola de música, que contam com duas salas de formação musical, salas individuais, sala de audições, sala de professores e uma sala de convívio. A antiga EB 1 de Bairro, localizada na freguesia de Selho São Jorge, Guimarães, já não funciona desde o ano letivo de 2009/2010. •

CIDADES

V. N. DE FAMILIÇÃO. SESSÕES SOBRE APOSTA NA AGRICULTURA

Plantações com 200 hectares para kiwi criam 50 empregos

ECONOMIA ♦ Projeto vai dinamizar vários negócios da região, como a venda de pesticidas, fertilizantes e máquinas agrícolas.
INSCRIÇÃO ♦ Produtores e interessados têm de se inscrever na Frutas Douro ao Minho, que trata da exportação dos kiwis.

JOÃO PEDRO PEIXOTO*

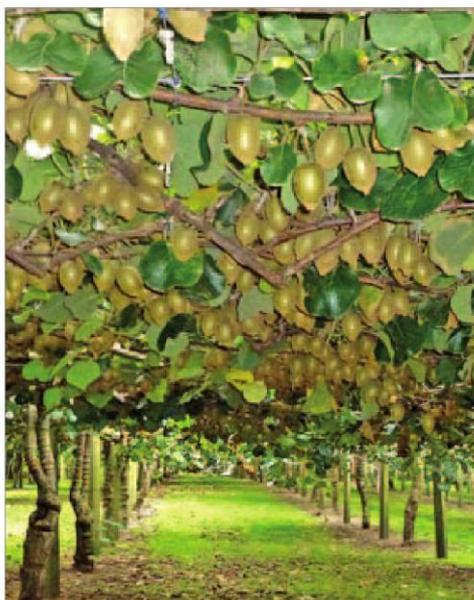
A cidade de Vila Nova de Famalicão vai entrar na rota de locais que irão receber uma plantação de kiwi-amarelo - Jintão, espécie rara de fruta que tem despertado interesse fora de Portugal, acabando assim por criar novos postos de trabalho na região.

Na quinta-feira, a Biblioteca Camilo Castelo Branco, em Famalicão, recebeu uma sessão de esclarecimento sobre este projeto em expansão da consultora agrícola Espaço Visual, que procura voluntários com terrenos para a criação de uma plan-

TEMPO AMENO DA REGIÃO É UM DOS MOTIVOS PARA A ESCOLHA DA CIDADE

tação de 200 hectares onde os kiwis-amarelos possam crescer para, numa outra fase, serem exportados.

Numa plantação deste tamanho, "por cada quatro hectares é preciso contratar a tempo inteiro uma pessoa", garante José Martino, CEO da Espaço Visual, algo que se poderá traduzir na



Plantações do kiwi-amarelo-Jintão aumentam para garantir exportação

criação de 50 postos de trabalho para habitantes do concelho. Martino realça ainda que nos benefícios se contam também "uma dinamização económica de todos os negócios relacionados com a plantação, ou seja, uma maior venda de fertilizantes, pesticidas e maquinaria especializada".

Referindo ainda o tempo ameno que se faz sentir na região como um dos motivos principais que levaram à escolha de Famalicão como uma das cidades ideais para este projeto, José Martino revela que se tem registado "uma boa adesão" por parte dos agricultores daquela zona, prevenindo que se recebam novas candidaturas durante os próximos meses.

Quem quiser cultivar kiwi-amarelo tem de se inscrever obrigatoriamente na organização Frutas Douro ao Minho, única exportadora nacional dessa fruta, que irá decidir que campos podem ser usados. A organização garante apoio técnico nas plantações e compradores, para que toda a produção de kiwis seja vendida. ♦ *COM.S.C.

EXPOSIÇÃO SOBRE JUSTIÇA SOCIAL

♦ A Biblioteca Municipal de Vieira do Minho está a expor, até 18 de março, os trabalhos feitos por alunos do 1.º e 2.º anos do Ensino Básico sobre o Dia da Justiça Social.

FEIRA DO LIVRO TEM UMA NOVA EDIÇÃO

♦ Este é já o oitavo ano em que Amares recebe a Feira do Livro, no âmbito da Mostra Pedagógica. Esta edição decorre entre 14 e 19 de março, na Galeria de Artes.

COZIDO TÍPICO DE TERRAS DE BOURO

♦ A aletria e o cozido à Terras de Bouro vão estar em destaque entre os dias 18 e 20 de março, durante o Fins de Semana Gastronómicos: Terras de Bouro/Gerês.

"A agricultura do País tem de ganhar o seu lugar lá fora"



José Martino, da Espaço Visual

♦ Com o objetivo de explicar a importância destas plantações, José Martino garante que as apostas em projetos como o que quer que chegue a Famalicão são essenciais para o crescimento da agricultura nas exportações. "A agricultura do País tem de ganhar o seu lugar lá fora", disse José Martino, CEO da Espaço Visual. ♦

AMARES. ESTRAGOS DO MAU TEMPO

Município repara danos

♦ O mau tempo que se tem feito sentir provocou danos em vários locais do concelho de Amares. O município está a investir cerca de 100 mil euros para que os estragos sejam já reparados.

Embora o valor acabe por interferir com o orçamento previsto, a gravidade da situação em muitas estradas e muros levou a que não se pudesse adiar

as obras. Tendo isso em conta, o município está a tentar encontrar algumas alternativas que minimizem os gastos.

As intervenções mais urgentes são na rua Nossa Senhora da Abadia, em Bouro Santa Maria, na rua de Trás da Devesa, em Vilela, na rua das Pousadela, em Prozelos, e na rua de São Fruitoso, em Bouro Santa Marta. ♦



Danos em estrada de Amares

GASTRONOMIA. INICIATIVA

Vitela e pudins nos pratos de Vieira do Minho

♦ Durante o último fim de semana, tanto os habitantes como aqueles que visitaram Vieira do Minho puderam experimentar vários tipos de confeção de vitela e saborear o pudim típico daquela zona. Tudo isto porque a vila recebeu

a 8ª edição da iniciativa 'Fins de Semana Gastronómicos', promovida pelo Turismo do Porto e Norte de Portugal (TPNP). Foram sete os restaurantes que participaram nestes dois dias dedicados à boa comida, com um menu focado especialmente na vitela, quer fosse em naco, grelhada ou assada.

Estes fins de semana surgem da parceria entre o TPNP e 60 municípios para divulgar a cozinha regional. ♦

CIDADES

ESPOSENDE. NOVA EDIÇÃO DO 'ENVELHECIMENTO ATIVO'

Iniciativa dedicada a dinamizar os dias da comunidade sénior

PARCEIROS ➤ No espaço de cinco anos, o projeto atraiu 16 novas entidades que trabalhavam em parceria com o município.
MÚSICA ➤ Criado apenas em janeiro deste ano, o coro de idosos da cidade conta já com um total de 180 participantes.

JOÃO PEDRO PEIXOTO*

Em 2016, o projeto Envelhecimento Ativo chega aos cinco anos, meia década em que se dedicou aos idosos do município de Esposende e a criar atividades que possam melhorar o quotidiano dos habitantes seniores.

Criada em 2011 pela Câmara de Esposende, a iniciativa, que conta agora com cerca de 16 entidades envolvidas, começou como um projeto mais pequeno que, por influência da rede social da cidade, cresceu para proporcionar, atualmente, um

MOBILIDADE É O QUE ESTE PROJETO PRETENDE DAR AOS IDOSOS DA REGIÃO

programa de duração anual, com atividades focadas na comunidade sénior.

Com cada uma das entidades que são parceiras do projeto a promover uma atividade durante o ano, 2016 fica para já marcado pela criação do Coro Sénior de Esposende, algo que, segundo o que Raquel Vale, vereadora da Coesão Social do



Idosos aproveitam a programação variada do projeto Envelhecimento Ativo, que inclui também atividades desportivas

Município, disse ao CM, “surgiu para enriquecer este projeto e para mostrar a grande adesão, já que o coro tem 180 idosos a participar”.

Sobre a gestão dos planos com todos os parceiros do Envelhecimento Ativo, Raquel assegura que “a câmara dá liberdade a todos para idealizarem as suas atividades”. Teresa Vieira, di-

retora da associação Esposende Solidário, um dos parceiros do projeto, comprova essa liberdade ao revelar que toda a programação criada é “uma conclusão de todas as propostas, uma espécie de junção das peças do puzzle”.

O mais importante para todos os envolvidos é “garantir que haja mobilidade por parte dos

idosos”. Para isso, Raquel dá destaque às atividades ligadas ao desporto que, “de acordo com as capacidades dos idosos, são essenciais para combater a falta de mobilidade”. No que toca a despesas, a vereadora garante que os custos acabam por ser os mesmos, apenas há uma organização de atividades feita em conjunto. ● COM S.C.

Associação quer maior interação entre gerações

➤ No que toca à realização de atividades que incluam uma interação entre a comunidade idosa e os mais jovens, Teresa Vieira, da Associação Esposende Solidário, afirma que ainda não se chegou bem aí no projeto Envelhecimento Ativo, mas que a sua instituição sabe que essa é uma importante ‘viagem’ que ainda tem de fazer. ●



Esposende recebe iniciativas em conjunto. ● COM S.C.

BRAGA. EDIFÍCIOS HISTÓRICOS

Câmara quer travar vendas

➤ A Câmara de Braga pretende travar as vendas de dois edifícios históricos da cidade: a Casa das Convertidas e o Edifício do Castelo, junto à Arcada.

Quanto às Convertidas, trata-se de um prédio classificado, pertença do Ministério da Administração Interna, com quem a autarquia mantém conversações há mais de dois anos. No

que diz respeito ao Edifício do Castelo, uma parte é propriedade da câmara, outra da Universidade do Minho e outra ainda da Infraestruturas de Portugal (IP). Ora, foi a IP que marcou para o dia 29 um leilão da fração que lhe pertence. A câmara espera que o leilão fique deserto e que, mais à frente, seja possível um acordo. ●



Edifício do Castelo vai a leilão

BARCELOS. ATIVIDADES AMBIENTAIS

Plantação de árvores no Dia das Florestas

➤ Estão já planeadas para a próxima semana duas atividades no âmbito da celebração do Dia Mundial das Florestas, no município de Barcelos.

Durante os dias 17 e 19 de março, a câmara municipal pretende assinalar aquela que é uma

data dedicada a questões ambientais com a organização de eventos dentro dessa mesma área. No dia 17, cerca de 60 estudantes do 1º ciclo vão plantar algumas árvores no Parque da Cidade de Barcelos. Já na manhã do dia 19, em colaboração com a Associação Amigos da Montanha, o município pretende sensibilizar a população para a preservação de recursos naturais, ao distribuir algumas plantas aromáticas e medicinais. ●

CIDADES

'SENTIR VIEIRA' COM PODAS E VINHO

De forma a cumprir uma das tradições da região de Vieira do Minho, o programa 'Sentir Vieira' vai promover uma sessão de podas e enxertos com prova de vinhos.

DIA DO PAI VAI TER DIREITO A CORRIDA

Já estão abertas as inscrições para a Prova de Atletismo de S. José - Corrida do Dia do Pai, no dia 20 de março, por volta das 10h00, na Póvoa de Lanhoso.

WORKSHOP FOCADO NA ALIMENTAÇÃO

O Espaço Jovem de Vizeira vai receber amanhã um workshop dedicado à alimentação saudável, como forma de melhorar os hábitos alimentares das pessoas.

PARCERIA. JUNTA-SE AOS MUNICÍPIOS DE VIZELA E DE GUIMARÃES

Universidade adere a projeto focado no desporto pré-natal

SAÚDE Iniciativa 'Barriguinhas Desportistas' surge como uma forma de se promover um estilo de vida mais saudável para as grávidas. **AULAS** Com autorização médica, mulheres de qualquer idade podem participar em sessões grátis de exercício.

JOÃO PEDRO PEIXOTO

A iniciativa 'Barriguinhas Desportistas' ganhou ontem mais um parceiro. A Universidade do Minho (UM) passa a ser oficialmente uma das entidades que contribuirão para o desenvolvimento deste projeto, juntamente com as Câmaras Municipais de Vizela e de Guimarães, o Hospital Senhora da Oliveira e o Agrupamento de Centros de Saúde Ave.

Focada na importância que o exercício físico pré-natal tem para o período de gestação e no combate à solidão durante uma fase de tantas mudanças na ro-

INICIATIVA QUER LUTAR CONTRA UMA GRAVIDEZ DEMASIADO SEDENTÁRIA

tina de uma mulher, a iniciativa despertou o interesse da academia minhota, com o reitor da mesma a assinar ontem a adesão, numa cerimónia que juntou representantes de todos os parceiros.

Beatriz Pereira, responsável científica da Universidade do Minho e uma das envolvidas no



Centro Escolar de São Miguel de Vizela vai receber aulas desportivas direcionadas mulheres grávidas

projeto, revelou ao **Correio da Manhã** que a UM está a preparar a "organização da atividade física para as grávidas", recolhendo informação que permitirá determinar os "efeitos do desporto na saúde das mulheres que esperam um filho".

A forma como as grávidas - que vão ter aulas gratuitas com professores de Educação Física

- reagem à atividade vai servir para a recolha de alguma dessa informação, numa investigação que terá como principal objetivo "o benefício para a grávida, que é o foco, mas que também será um destaque na comunidade científica e académica".

A iniciativa 'Barriguinhas Desportistas' já conta com 20 mulheres inscritas só em Vize-

ira, que vão formar uma turma para as três aulas semanais que terão no Centro Escolar São Miguel. As autarquias de Vizela e de Guimarães continuam a incentivar as mulheres da região que se encontrem grávidas a participarem nas aulas que, caso não haja um impedimento médico, estão abertas para todas as idades. ●

Atividade física é uma aposta para todas as gerações

Além de se associar às autarquias de Vizela e de Guimarães para as atividades do 'Barriguinhas Desportistas', a Universidade do Minho está também envolvida em mais projetos de sensibilização para a importância do desporto, porém com um público alvo diferente: são direcionados para a população idosa e para as crianças. ●



UMinho dá destaque ao desporto

VIEIRA DO MINHO. APOIO MUNICIPAL

Alunos receberam bolsas

Dezassete alunos universitários do concelho de Vieira do Minho receberam bolsas de estudo, uma forma que a Câmara Municipal encontrou para apoiar famílias com mais dificuldades financeiras.

As bolsas representam um valor monetário de mais de 19 mil euros que irão auxiliar jovens necessitados da região e que es-

tão no ensino superior a terminar os seus estudos.

Entregues durante uma cerimónia que decorreu na sexta-feira, no salão Nobre dos Paços do Concelho, estas bolsas servem também como incentivo para que aumente o número de pessoas com estudos superiores e que sejam residentes ou naturais do concelho. ●



Câmara ajudou estudantes

PÓVOA DE LANHOSO. ATÉ DOMINGO

Gastronomia e música animam festas de S. José

Começaram no passado sábado, mas ainda duram até domingo. As festas de S. José, organizadas pela Câmara de Póvoa de Lanhoso, prometem um fim de semana pleno de gastronomia, música e artesanato.

Na sexta-feira, uma mostra de

artesanato e de produtos regionais invade a praça Engenheiro Armando Rodrigues. No mesmo dia, abre o fim de semana gastronómico, com o cabrito à S. José como prato principal. O concerto de Emanuel será o ponto alto ao nível musical.

O espetáculo continua sábado, que inclui a Noite da Juventude, com atuação, por exemplo, de Fernando Alvim. As festas encerram, com fogo de artifício, às 19h00 de domingo. ●

Octávio Ribeiro “Nós conseguimos quase um milagre com a CMTV”

Aos 54 anos dirige o império “Correio da Manhã” e não se preocupa com as guerras que enfrenta. Sempre destemido

DANIELA SOARES FERREIRA
daniela.ferreira@ionline.pt
VÍTOR RAINHO (Texto)
vitor.rainho@ionline.pt
JOÃO GIRÃO (Fotografias)
joao.girao@ionline.pt

Quando chegou ao “Correio da Manhã”, o jornal vendia muito menos do que o “JN”, certo?

Muito menos. E o objetivo, quando entrei em 2002, era atingir os 100 mil no prazo de um ano. Quando esse objetivo foi anunciado, peguei no “JN” e disse “vamos ultrapassar estes senhores”. Foi no fim do ano de 2003.

Qual foi o investimento que fez para conquistar o norte?

A conquista do norte ainda continua. Tem correspondentes em todo o lado? Não é em todo o lado, mas temos correspondentes nos sítios mais importantes. A única delegação que abrimos foi a de Coimbra, onde já éramos líderes. E em Braga já estamos em condições de ter um estúdio.

Qual é a estratégia em ter jornalistas no norte? É dar notícias locais? Intensidade.

O que quer dizer com isso?

Não interessa o local, o que interessa é a intensidade. E esta traduz-se em cada área noticiosa. Por exemplo: entre sociedade, economia, cultura e desporto, a hierarquia é ditada pela intensidade. Mas se sabe que há uma zona onde pode vender mais jornais, aposta aí e não numa zona sem leitores, certo? Não. Eu não aposto num sítio onde não haja ocorrências. Onde é que há mais ocorrências? Onde é que há mais futebol? Onde é que há mais pessoas a morrer nos hospitais? Onde há mais gente. Saiu do “DN” por discordância de temas. Na “TVI”, também não concordava com algumas questões editoriais. O “CM” caracteriza-se por ter uma informação muito direcionada ao crime e tenta casar investigação com opinião, o que é um pouco diferente das histórias de crime. Como se casam estes dois mundos?

Não sei, mas temos casado bem. Temos um milhão e 800 mil leitores por dia. Acho que estes mundos casam. A televisão, e principalmente a “TVI”, ensinou-me muito. Aprendi com muita gente, como por exemplo o José Eduardo Moniz. Vejam o caso do Big Brother: a primeira pessoa que me ligou a dizer que tinha havido cena entre os concorrentes – O Marco tinha dado um pontapé na Mar-

ta – foi uma colega minha de faculdade. Portanto, os mundos não se separam tanto assim. Agora as ocorrências, a segurança e os crimes precisam de ser bem contados e bem escritos. São histórias com pessoas dentro. É ver o que se passa à nossa volta. Por exemplo: há um acidente na Ponte da Arrábida, no sentido sul-norte. O que é que acontece no sentido norte-sul? Alguém anda como deve ser? Ninguém, porque querem ver! E os que querem ver são só os que têm um Fiat Punto velho? Não: toda a gente quer ver. As pessoas são assim.

Porque apostou o “CM” na televisão? A televisão era, na minha perspetiva, a salvação e o caminho do grupo Cofina. Como éramos um grupo essencialmente de papel, fiz tudo para que tivéssemos uma televisão. E achei que tínhamos que seguir esse caminho, além do mais, porque iria permitir-nos melhorar no plano digital. A televisão e o digital são pri-

“Essa ideia de que pagamos pela informação é falsa”

“A partir do momento em que há um ‘Alerta CM’ acabou a grelha prevista para a programação”

“Sérgio Figueiredo é um comissionista de interesses instalados. A “TVI”, aliás, é dominada por serventuários de Sócrates

mos-irmãos, enquanto o papel é uma coisa que acontece uma vez por dia, no máximo, como o nascer do sol. O melhor que a “CMTV” televisão conseguiu até agora foi 2,8% de audiência. Isso significa quantos espetadores? 50 e tal mil telespetadores. A “CMTV” é mais vista que o jornal? Não. Por agora o papel está em primeiro, em todos os sentidos: na audiência e nas receitas.

Como se cria uma televisão? Qual é o orçamento?

Não posso dizer. Mas foi um orçamento que devia fazer de mim e dos meus colegas de equipa pessoas muito mais bem pagas. É muito abaixo de 50% dos outros. Já para não falar da “RTP” que é uma vergonha e um escândalo. Nós conseguimos quase um milagre que foi contratar praticamente só a super-estrutura

da televisão e integrá-la com o que já havia do jornal, que hoje é uma estrutura só, e o resto são miúdos. À excepção desta equipa – que é o pessoal jornalista da redação –, o que contratámos foram técnicos. Tirando essas pessoas, já estava tudo lá. Houve pessoas de 50 anos a aprender a fazer televisão.

Mas no início tiveram um problema.

Sim, na única área que não pôde ser controlada totalmente pela minha equipa. Foi um desastre que podia ter comprometido o projecto e a mim tirou-me anos de vida. Foram decisões incompetentes na área do investimento.

Que tipo de investimento?

A instalação. Foi ter metido pneus de bicicleta num Ferrari.

Como se monta uma estrutura como a

que têm em que, quando há um acidente, está logo lá alguém vosso? Têm mesmo câmaras nesses locais ou são

telemóveis?

Podem ser usados telemóveis, mas temos câmaras.

Quantas estão espalhadas pelo país?

Temos as suficientes.

Recusa portanto a

ideia de que a

“CMTV” passa algumas

imagens feitas com telemóvel?

Não tenho nada contra

imagens de telemóvel, mas ninguém

faz imagens de telemóvel. Mas se fizerem eu agradeço, des-

de que sejam boas.

É ou não verdade que pagam para ter informação privilegiada de hospitais e polícia?

Não, não, não.

Então é só simpatia das pessoas desses

sítios que vos alertam de que entrou a

pessoa X?

Ai é o histórico do “CM” a funcionar. No

meu tempo, nunca se pagou. E não aceito

que se pague a nenhuma fonte de informação. A única coisa que se pode pagar

é o que essa fonte tenha pago por documentos. Essa ideia de que pagamos pela

informação é totalmente falsa. Agora, se

recebemos um telefonema de um médico

a dizer que chegou ao hospital uma

pessoa com sintomas estranhos é por

que sente que é por ali o caminho para

revelar qualquer coisa que ache impor-

ante.

Têm câmaras em todo o lado?

Não, mas ponho o mais rápido possível. Nos atentados de Paris os nossos concorrentes ainda não estavam a dar a notícia e a nossa produção já estava a pôr uma equipa lá. Na manhã do outro dia, já lá estávamos. Tiros no meio de Paris? Eu prefiro mandar a minha equipa e não ter acontecido nada do que o contrário.

Tem um filho com 12 anos. Se ele estiver a ver a “CMTV” não fica assustado com tantos crimes?

Não. Aliás, tenho a minha televisão sempre ligada na “CMTV”. Até porque quando damos os filmes que não são apropriados para a idade dele, ele está a dormir.

Em janeiro, a “CMTV” tinha 1,3% de audiência, a “TVI24” 1,9%, a “SIC Notícias” 2,3% e a “RTP3” 0,8. Em fevereiro, a “CMTV” tem 1,7%, a “TVI24” 1,8% e a “SIC Notícias” 2,1%, sendo que a partir de meados de fevereiro a

“CMTV” começa a ganhar quase todos

os dias à “TVI24”. Como explica isto?

Talvez por a “TVI” ter mais dinheiro para gastar num ano em futebol do que eu em pessoas e em grelha...

Como comenta a frase do diretor da “TVI”, Sérgio Figueiredo, há uns dias, numa entrevista: “A CMTV é perigosa para a democracia porque quando tem um jornalista a fazer de juiz está tudo errado”?

Obviamente, a “CMTV” não é nada disso e esse senhor não é jornalista.

Então é o quê?

É um comissionista de interesses instalados. É só olhar para o projeto dele. Aliás,

a “TVI” está dominada por uma coligação

de serventuários de Sócrates e castelhanos. Não vou perder muito mais

tempo com isso, mas o que esse senhor

quer é ser o juiz, o votante e o carrasco.

Nós limitamo-nos a dar a realidade tal

qual ela é. Esse senhor quer juizes como

a juiza que caucionou a providência cautelar

contra nós, quer escrever artigos em

que diz que é amigo de José Sócrates

(que foi o que ele escreveu quando

José Sócrates foi detido). Depois, curiosamente,

disse que ia vê-lo a Évora, mas não foi – o

que eu lamento. Se é amigo, devia ter ido

logo na primeira semana, levar tabaco,

levar livros, que é aquilo que se leva

aos amigos. Agora, esse indivíduo é um

abcesso da democracia. Quando saiu do

jornalismo foi para uma Fundação [EDP],

voltou e vamos ver o futuro. Eu registro

apenas uma curiosidade cronológica. Ele

foi para a “TVI” ao

continua na página seguinte >>

**Octávio Ribeiro e a sua equipa
diretiva: Carlos Rodrigues,
Eduardo Dâmaso, José Carlos
Castro e Armando Esteves Pereira**

>> continuação da página anterior

mesmo tempo que um "general prussiano" foi para o "JN", mas o general não disse que era amigo do José Sócrates e ele disse. Gostava de saber de onde é que ele é amigo do José Sócrates. Uma vez, quando a "CMTV" estava a começar (há mais de dois anos, portanto), o Paulo Portas disse-me uma coisa que se revelou quase profética. Não falou diretamente para mim, mas falou alto para eu ouvir: "A 'CMTV' está a provocar a futebolização do campo". Esse senhor que diz que a "CMTV" é má para a democracia, aderiu à futebolização do campo. Eu, se estivesse instalado como a "TVI" ou a "SIC" não faria isso. A "CMTV" ocupou os espaços que estavam por cobrir. E o que esse senhor tem feito desde que chegou à "TVI" é imitar a "CMTV".

Mas a "TVI" nega isso.

Basta olhar para a grelha deles. Desmente isso da mesma forma que o Sócrates nega que haja indícios.

Admite um dia ter um programa tipo "As cenas de um Funeral"?

Claro que não. Agora, se há um funeral e isso é o último capítulo de uma história que acompanhamos desde o início... Vejam o caso do miúdo que morreu em Portimão. Desapareceu de casa e deu-se uma breve em todos os jornais, mesmo no "CM". No dia seguinte já não foi uma breve porque a mãe do miúdo disse que tinha cartazes para mostrar e que andava à procura dele - e então mostramos o cartaz do miúdo. Emtão e depois não acompanháramos o funeral porquê? Esse senhor da "TVI" também acompanha o quê? Acompanha os jogos de futebol até ao fim e não dá os prolongamentos? Acompanhou o funeral e até acompanhou um acidente em que revelou o rosto de uma pessoa que pediu para não ser revelada. Isso pode acontecer a qualquer um, até ao "CM", mas tentarei que não cometa. Se cometer, ficarei muito triste, não vou é fingir que não aconteceu. Permitam-me que diga: o Sérgio Figueiredo está é a panicar. Não tem a direção com ele, não tem a redação com ele e está a deixar de ter a administração. E isto justifica tudo.

Apostou em vários nomes para darem opinião.

O que costumo apostar não é em nomes é em inteligência. O que gosto de ter no nosso jornal é gente que acende luzes de cada vez que escreve um texto.

Acha que está a obrigar os outros canais a repensar a informação?

Sim, mas de uma forma preocupante. Por que razão só arrancaram no Meo?

Porque ninguém nos dava espaço. O negócio de televisão hoje em Portugal é a área mais parecida com condicionamento industrial.

Como reage às críticas de que a partir das duas da manhã a "CMTV" é um canal pornográfico?

Somos um canal pornográfico quando damos a Ninfomaniaca do Lars Von Trier? Quando damos o Nove Canções? Isso é que é pornografia? Qualquer dia começamos a tapar as estátuas quando vêm cá os senhores do Irão. Nós damos grandes filmes do cinema europeu e latino-americano que, na sequência da narrativa, têm cenas eróticas. Não são pornográficos.

E o seu filho de 12 anos vê isso?

Não. O meu filho de 12 anos nem está acordado a essa hora. Se algum miúdo está a ver filmes que dão às duas da manhã é porque há um problema na sua casa. E há que ter em atenção numa coisa. A nossa grelha é o nosso plano B. A nossa melhor programação é quando acabamos com a grelha.

Como assim?

Se há uma notícia, acaba a grelha toda.

Ficam à noite em permanência à espera de alguma novidade?

Sim. Eu próprio estou sempre alerta.

Por que não há noticiários durante a noite?

Entre as duas e as seis da manhã não acontece nada. O nosso plano inicial previa isso. Previra e esteve em prática, mas não posso ter pessoas a apanhar borboletas quando não há borboletas. Nós temos uma marca que foi criada pelo José Carlos Castro que é o 'Alerta CM'. E a partir do momento em que há um 'Alerta CM' acabou a grelha. Pode haver um de cinco minutos, mas pode haver um de dois ou três dias - já aconteceu algumas vezes. Quando a informação se

"Somos um canal pornográfico quando damos a Ninfomaniaca do Lars Von Trier? Isso é pornografia?"

"Qualquer dia começamos a tapar as estátuas quando vêm cá os senhores do Irão"

impõe, acabou a grelha. Não sei se as pessoas têm noção, mas nós produzimos 18 horas por dia em direto. E mesmo quando se está em direto, se há um 'Alerta CM', acabou.

Ao revelarem o áudio dos interrogatórios e escutas da Operação Marquês, não estão a violar o segredo de justiça, já que são assistentes do processo?

Nós sermos assistentes do processo é uma coisa, mas nós enquanto projeto jornalístico somos outra: aí, estamos a exercer o contraditório. O principal arguido tem monólogos montados pelo senhor Sérgio Figueiredo de uma hora a dizer: "não há indícios, apresentem-me os indícios". Não há indícios, não é? Disse isto no mínimo dez vezes, durante dois monólogos passados em dois dias seguidos. Então, nós estamos a exercer o contraditório. Porém, quando apresentamos os indícios, tentamos sempre ver o contraditório, vamos tocar à campainha do senhor José Sócrates.

Fernanda Câncio queixou-se publicamente que não falaram com ela.

Não? Então foi uma grande falha nossa. Nós queremos muito ouvi-la, vamos procurá-la onde quer que a senhora esteja. Mas ela também tem os nossos contactos e sabe onde são os nossos estúdios. Teremos muito gosto em recebê-la. Isto é uma questão de contraditório. Não pode haver um senhor a montar monólogos pelo país e monólogos numa das televisões de maior consumo em Portugal onde diz o que lhe apetece sem ser questionado. E diz e repete várias vezes que não há indícios.

Não acha que isso pertence à Justiça?

Nos pesos e contrapesos de que é feito o nosso sistema, a opinião pública é essencial.

Não acha que está a fazer um julgamento popular?

Qual julgamento? Isso é outra coisa. O que não podemos é ter a ressoar no espaço público "não há indícios" e não poder fazer nada para ir ver se há indícios. Se eu descobrir indícios, tenho que os contrapor à teoria do "não há indícios". E o julgamento na opinião pública é feito pelas pessoas.

Não tem medo de ser escutado e de as suas conversas serem desenquadradas?

Se forem escutadas no âmbito de um inquérito criminal, têm de corresponder a uma pena de prisão superior a cinco anos e validadas democraticamente por um juiz e eu não tenho nada contra. Se estiver a falar com amigos sobre brincadeiras, tenho a certeza de que essas escu-



tas não serão transcritas. Agora, por exemplo, se estiver a combinar comprar uma casa no Chiado de três milhões, eu que sou uma pessoa de poucas posses e você uma alegada jornalista que faz opinião no "DN", isso é muito estranho, não é? A nossa responsabilidade perante os cidadãos é contrapor a um senhor que diz que não há indícios contrapor indícios do contrário.

O que acha do alegado plano orquestrado por José Sócrates, Pregoza de Carvalho e Afonso Camões de controlar o grupo "DN"/"JN"/"TSF"?

Acho que não temos uma educação verdadeiramente democrática e virada para o espírito crítico e para a exigência de cidadania. E só isso pode explicar a apatia das instituições face ao que já se conhece.

Como assim?

Há um senhor que é advogado de um ex-primeiro-ministro e têm conversas em conjunto para avaliar o perfil de pessoas que vão ficar à frente de órgãos de comunicação social essenciais no país. A nossa missão como jornalistas não é a mesma dos juizes, dos policiaes ou dos politicos. Mas todas visam uma coisa que é o conhecimento do grande soberano que existe numa democracia que é o povo e que precisa de saber para decidir.

Como é que enquanto diretor de um órgão de comunicação social olha para



o diretor de um órgão concorrente a aparecer nessas escutas?
 Acho incrível que o Sindicato dos Jornalistas ainda não tenha tomado nenhuma posição musculada e que a Entidade Reguladora da Comunicação Social (ERC) não tenha feito nada. E o que dizer então do vogal da ERC a ser apanhado a ligar aos seus crápulas e a dizer "olhe, já chegou a posição deles [“CM”]”? Não há nenhum contínuo neste país que desça tão baixo. E ninguém diz nada?
Está a falar de Sócrates?
 Claro. E de Arons de Carvalho, vogal da ERC, um órgão que é quase comparado

“Sócrates disse que não há indícios, não é? Disse isto dez vezes, durante dois monólogos em dois dias seguidos”

“Então, nós estamos a exercer o contraditório. E vamos sempre tocar à campanha de José Sócrates”

a uma magistratura. Que país é este onde se sabe também que Afonso Camões como presidente da “Lusa” lê a Sócrates os textos que a própria agência faz sobre ele antes de entrarem em linha, para ver se ele concorda ou não. Como é que o presidente de uma empresa tem acesso às notícias antes de elas irem para a linha? E como é que os lê a alguém externo à empresa? E como é que ninguém faz nada relativamente a isto e esse senhor continua à frente de um jornal (“JN”) que, dos diários, é o segundo mais lido? Talvez isso explique um bocadinho o facto de esse jornal ter caído 10%.

O que acha da RTP3?
 A “RTP3” está com problemas de identidade. Uma vez procura cumprir a sua missão pública e outras vezes entra frenética na competição dos privados.
Mas tem baixa audiência.
 Sim, mas porque é que o Estado precisa de estar no cabo? Há falta de oferta de informação no cabo? Não pagamos o arquivo da “RTP”? E está na posse da “RTP” porque? A “RTP” quando vai ao seu arquivo paga alguma coisa? Então porque que eu pago? O arquivo da “RTP” é duplamente público. Qualquer cidadão que queira comprar um minuto de imagens da “RTP” paga 300€.
Voltando à televisão, acha que vai ser líder até ao final do ano?
 Penso que se nos mantermos unidos, no

verão consolidaremos a nossa liderança. Mas o mais importante já está. E vamos sempre debater-nos pela liderança. Nós temos uma roda de 85% do tamanho da roda dos outros.

85%?
 Sim, não estamos nem na Vodafone nem na Cabo Visão.

E o que falta para chegar aos 100%?
 Falta chegarmos lá, ainda temos que percorrer um caminho.

Depende de vocês ou depende dos outros?

Depende dos outros. É preciso que a Vodafone e a Cabo Visão se batam por nos ter. Porque nós somos uma fator essencial de competição para eles. Não nos têm e por isso têm menos um fator de diferenciamento. O resto não me cabe a mim.

A “CMTV” faz três anos no próximo dia 17. Pode fazer um balanço? Qual o melhor e o pior momento?

O pior momento foi o início desastroso devido à única área que não pôde ser controlada pela minha equipa. O melhor não consigo definir, é sempre o próximo.

No início da entrevista falou em lançar búzios. Acredita nessas coisas?

Não, não acredito nem nunca recorri a estas coisas. Tenho apenas um número da sorte, que é o 13.

Nasceu em Montargil mas é do Barrei-

ro que tem as recordações de infância e adolescência...

Sim, fui com dois ou três anos para o Barreiro, onde me tornei um atleta de ginástica, boxe e futebol. Fui descoberto, quando jogava na rua, com 11 ou 12 anos, e o treinador entendeu que eu precisava de ganhar agressividade e por isso levou-me primeiro para o boxe. Depois comecei a jogar futebol e andei sempre um escalão à frente da minha idade. Fui contra a vontade dos meus pais mas correu tudo bem.

Sendo o Barreiro um bastião do Partido Comunista tinha consciência política desde muito novo?

Sim, aprendi em casa onde o meu pai e a minha mãe falavam abertamente contra o regime. O meu pai era e é um republicano, socialista democrático e tinha também uma figura extraordinária de uma tia-avó que era freira e com cargos de madre superiora e que tinha uma consciência social muito forte.

Que imagem tem do regime?

Recordo-me de acordar com os cascos dos cavalos da GNR que faziam a ronda do Barreiro. Diria, sem ter a certeza, que eram mais de 50 e os guardas tocavam sons marciais à entrada de cada rua. No Barreiro, por exemplo, não havia Carnaval, as pessoas não podiam andar mascaradas.

continua na página seguinte >>

Televisão por cabo: uma fonte de informação

Este questionário destina-se a recolher informação sobre o uso da tv por cabo como fonte de informação e tem lugar no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação da Universidade do Minho. Todas as respostas serão confidenciais e destinam-se apenas para tratamento estatístico.

Obrigado desde já pelo tempo disponibilizado.

Género

- Masculino
- Feminino

Idade

- Menos de 18
- de 18 a 30
- de 31 a 45
- de 46 a 65
- mais de 65

Formação académica

- 1.º ciclo
- 2.º ciclo
- 3.º ciclo
- Ensino Secundário
- Licenciatura
- Pós-graduação
- Mestrado
- Doutoramento

Profissão/ocupação

- Estudante
- Reformado
- Desempregado
- Trabalhador por conta de outrem
- Trabalhador por conta própria
- Funcionário público

Costuma assistir a canais informativos na televisão por cabo?

- Sim
- Não

Se sim, a qual dos seguintes prefere assistir?

- SIC Notícias
- TVI 24
- RTP3
- CMTV
- Porto Canal

Classifique, de 1 a 5, a importância que os seguintes fatores têm na hora de o/a cativar a assistir ou ler uma notícia (sendo que 1 é "nada importante" e 5 é "muito importante").

	1	2	3	4	5
Título/oráculos da notícia	<input type="radio"/>				
Imagem de destaque	<input type="radio"/>				
Complemento multimédia (vídeos, galerias de imagens)	<input type="radio"/>				
Tema da notícia	<input type="radio"/>				
Jornal/canal que a noticiou	<input type="radio"/>				

As audiências da CMTV têm crescido ao longo dos últimos meses, fazendo com que esse canal se tornasse no líder dos canais informativos da

televisão por cabo. As duas perguntas finais destinam-se àqueles que já assistiram à programação da CMTV e que têm alguma opinião formada sobre a mesma.

Qual acha ser a programação mais apelativa da CMTV?

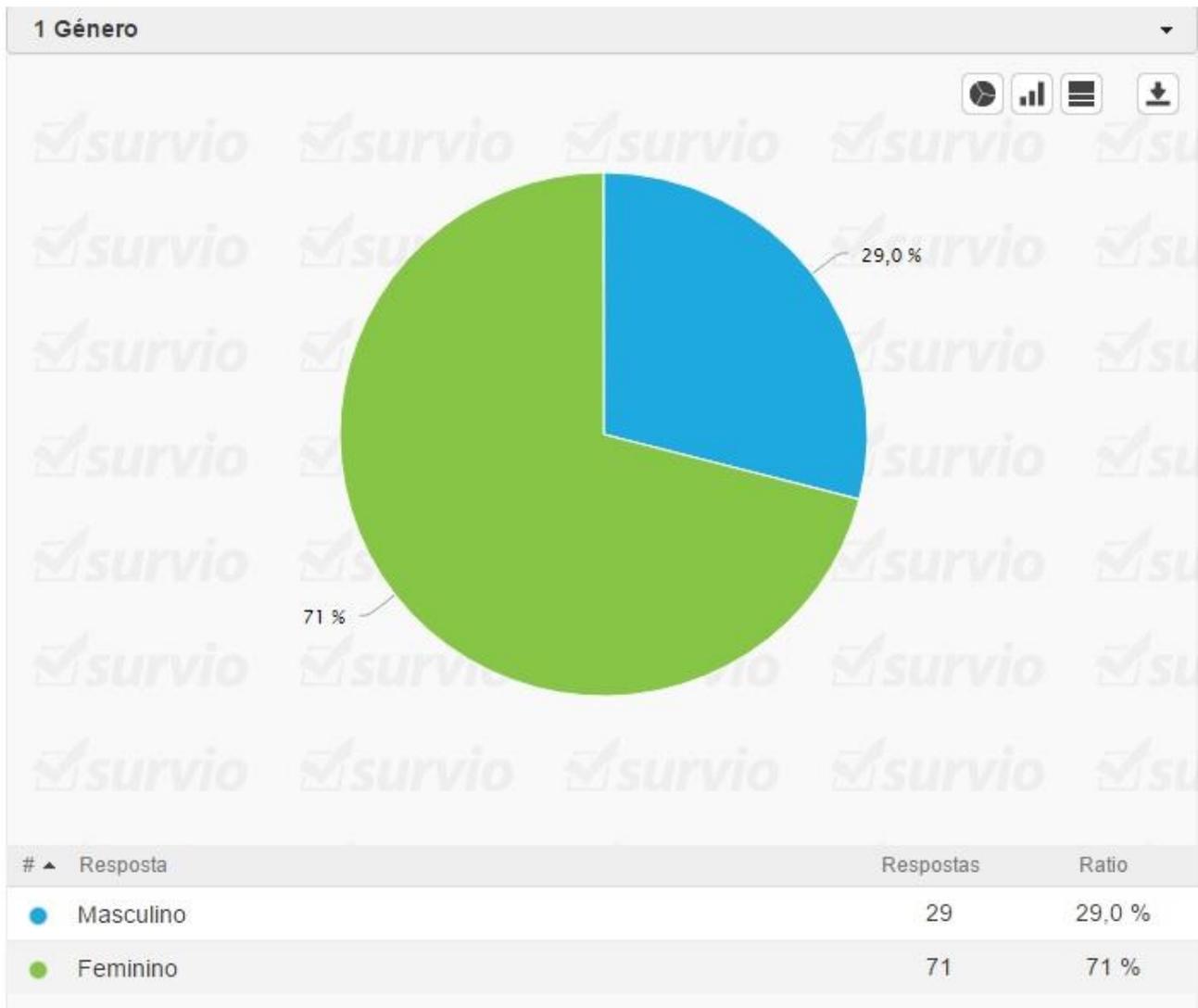
- Programação informativa (Notícias CM, CM Jornal 20H)
- Programação desportiva (Mercado, Hora Record)
- Programação de entretenimento (Manhã CM, Flash Vídas)
- Reportagens especiais (Rua Segura)
- Outra

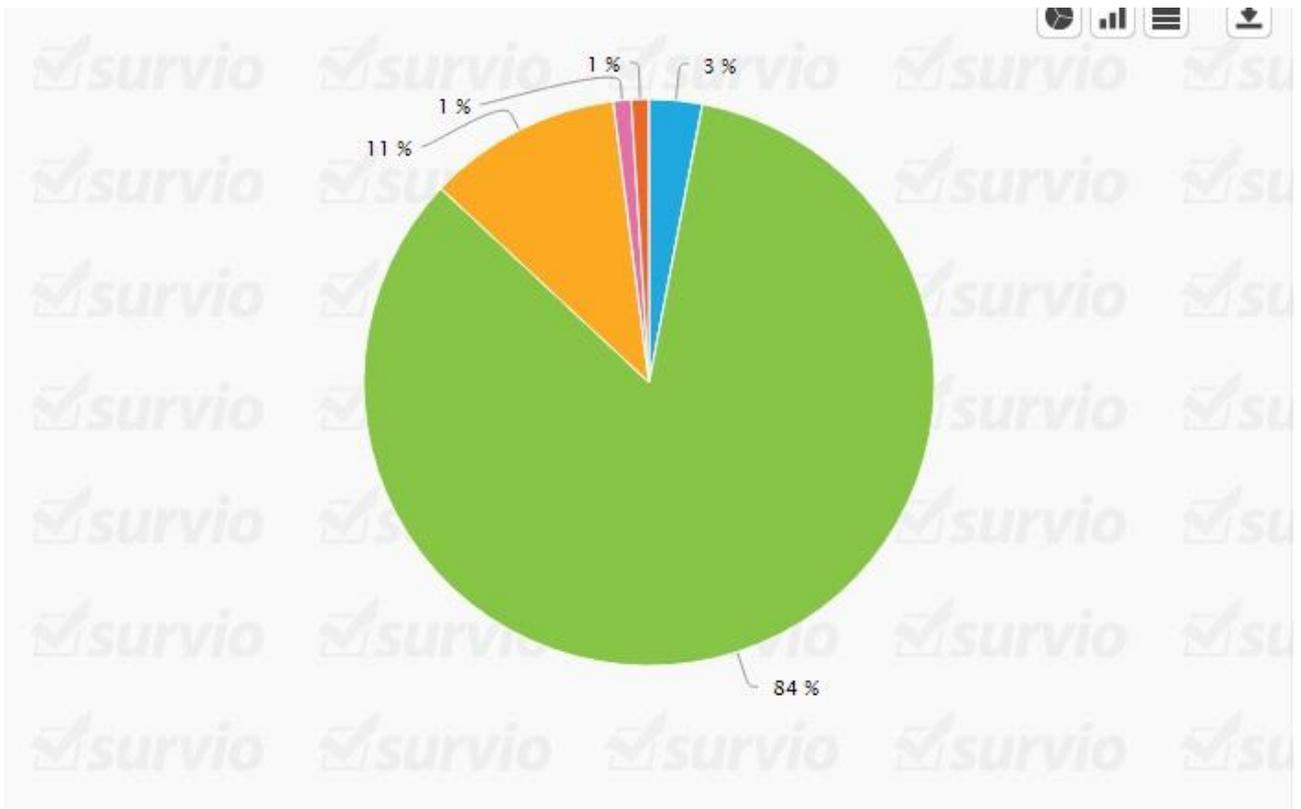
Porque razão é que acha que a opção que escolheu na pergunta anterior é a programação mais apelativa da CMTV?

Dentro da programação informativa, qual acha que é a característica da CMTV que leva os espectadores a assistirem aos noticiários desse canal? (Caso queira, pode escolher mais do que uma opção).

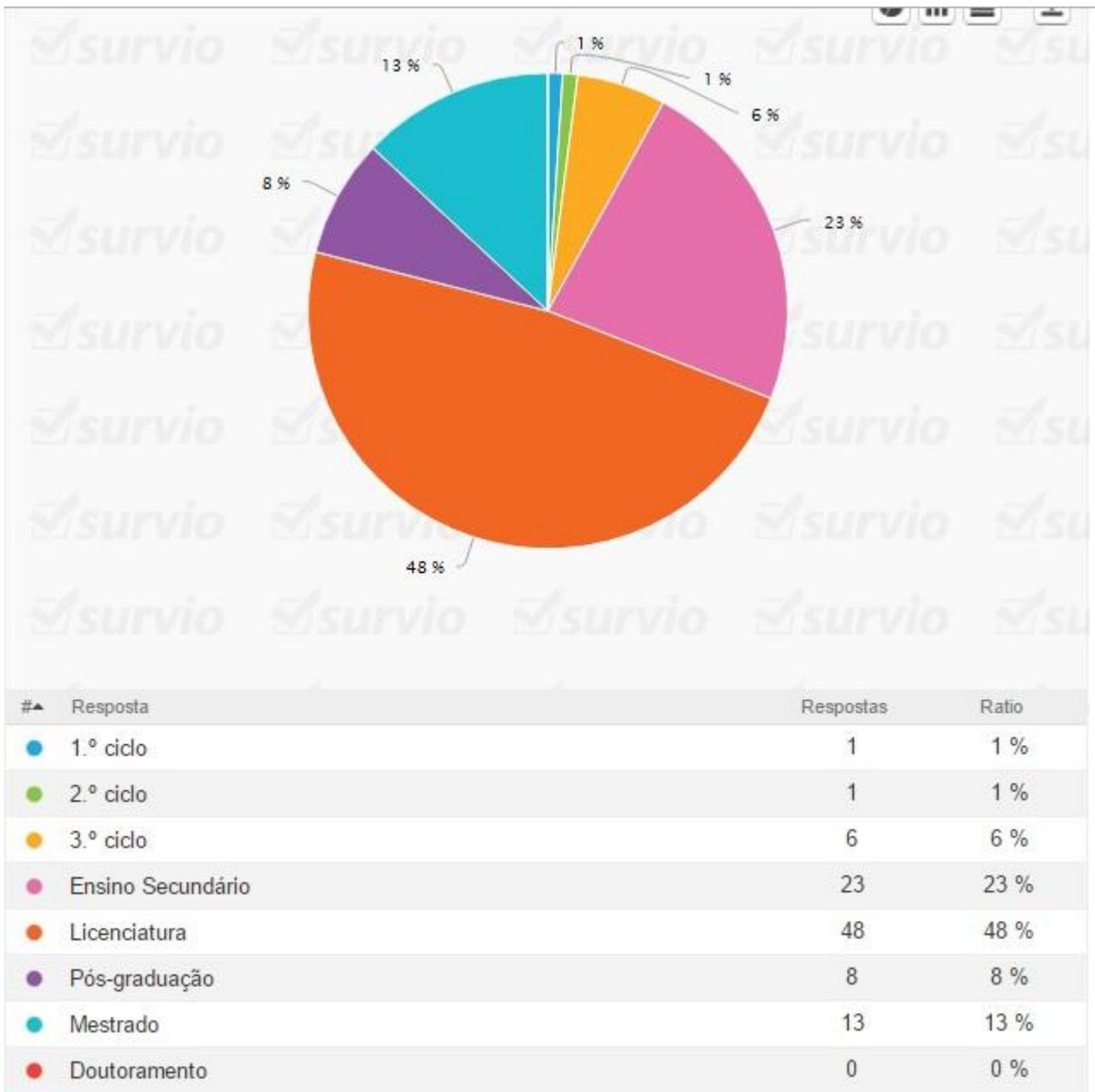
- Rapidez com que os jornalistas chegam ao local da notícia
- Grande número de diretos realizados
- Temas abordados nas notícias (escândalos, mortes, etc)
- Várias repetições do mesmo assunto ao longo dos noticiários

Anexo 4 – As respostas ao inquérito anteriormente anexado, apresentadas aqui pela mesma ordem das questões

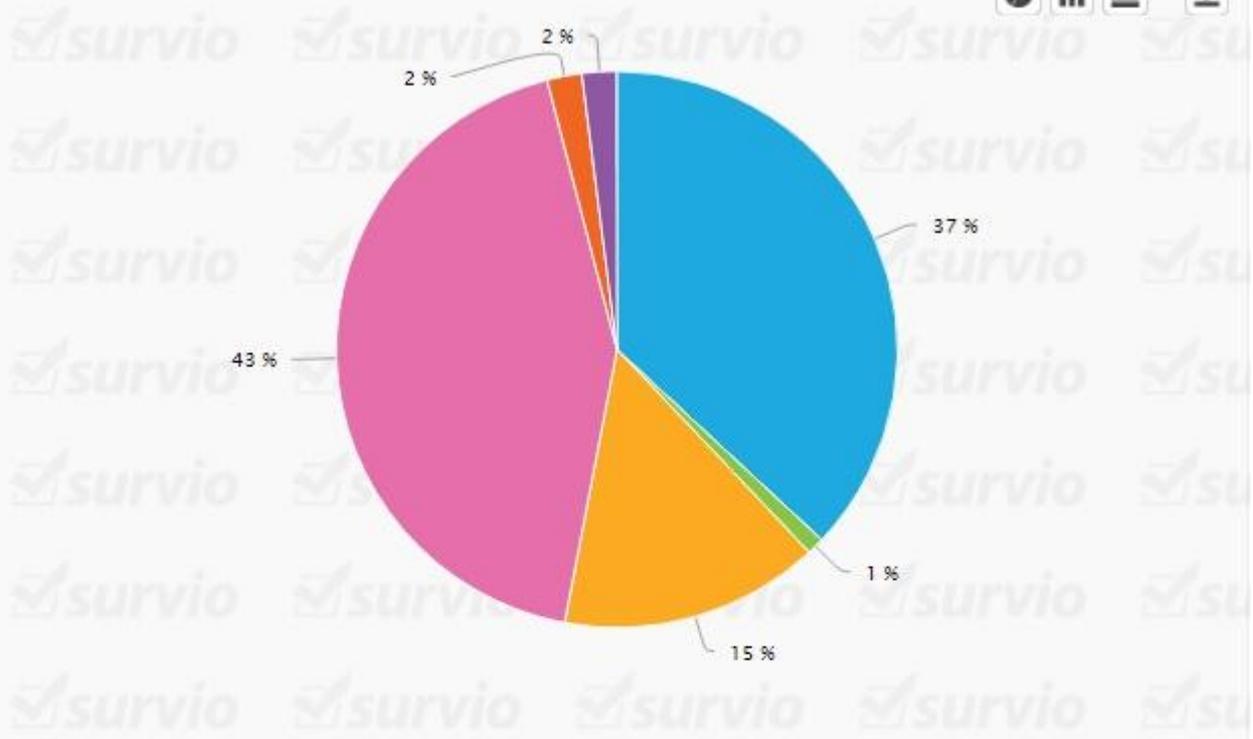




#	Resposta	Respostas	Ratio
1	Menos de 18	3	3 %
2	de 18 a 30	84	84 %
3	de 31 a 45	11	11 %
4	de 46 a 65	1	1 %
5	mais de 65	1	1 %

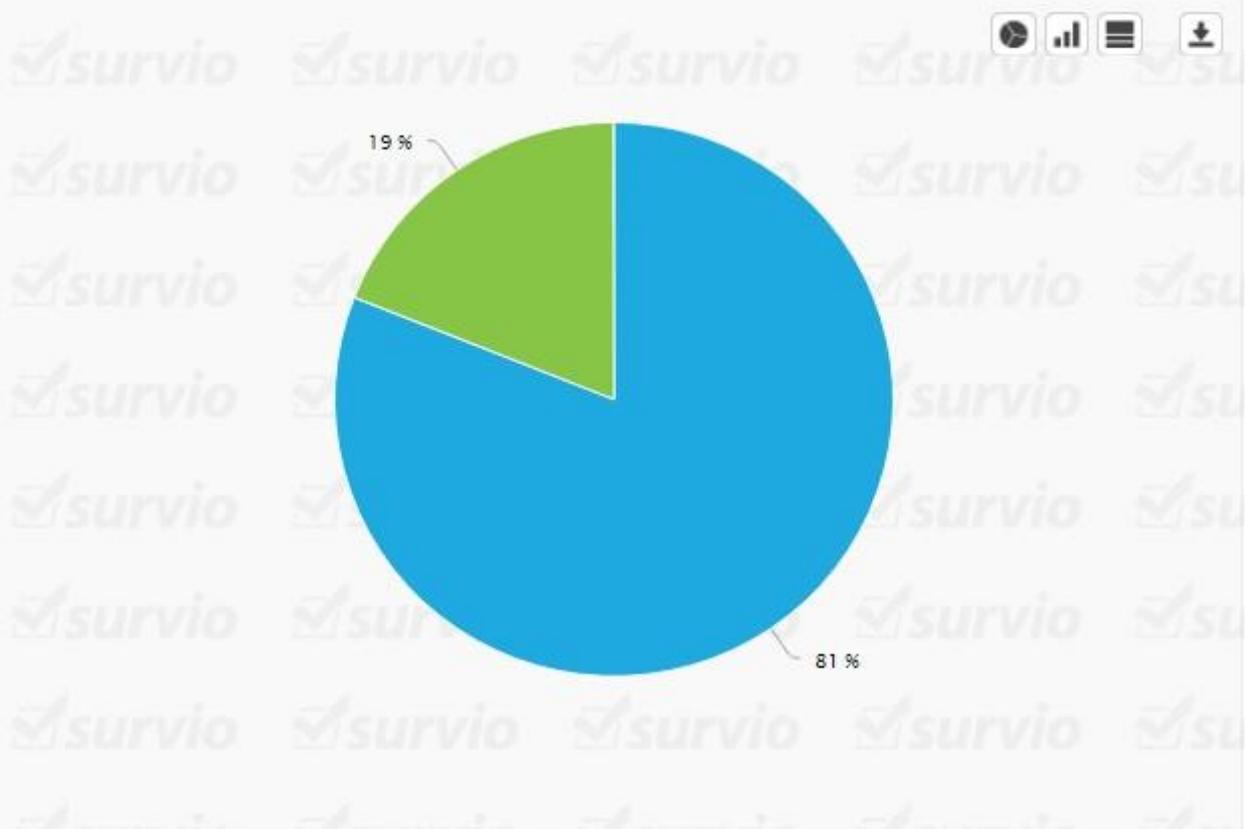


4 Profissão/ocupação



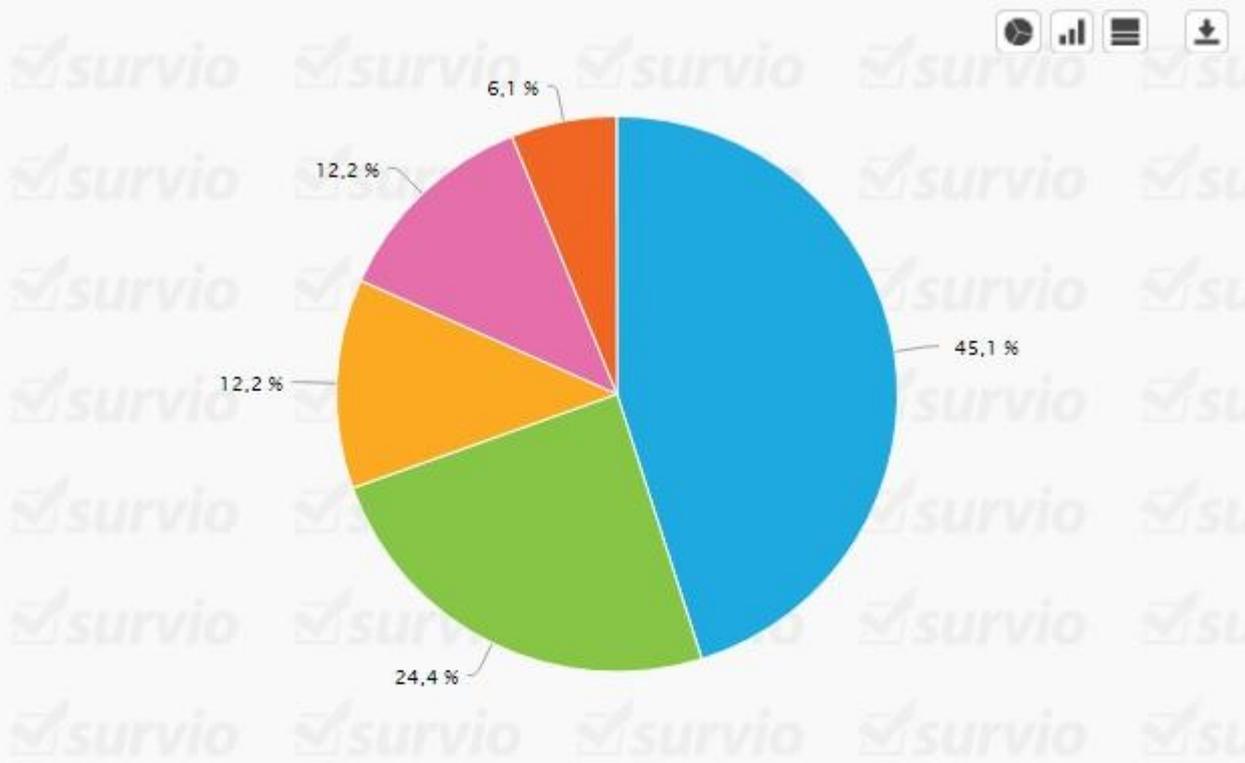
#▲	Resposta	Respostas	Ratio
●	Estudante	37	37 %
●	Reformado	1	1 %
●	Desempregado	15	15 %
●	Trabalhador por conta de outrem	43	43 %
●	Trabalhador por conta própria	2	2 %
●	Funcionário público	2	2 %

5 Costuma assistir a canais informativos na televisão por cabo?

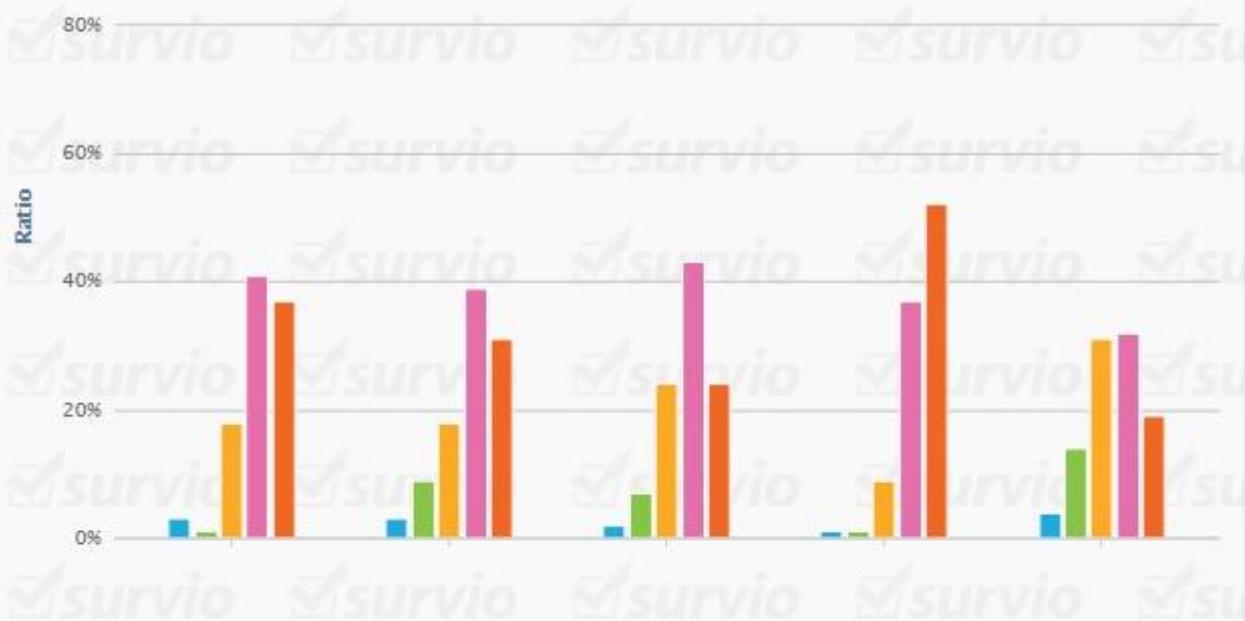


#	Resposta	Respostas	Ratio
1	Sim	81	81 %
2	Não	19	19 %

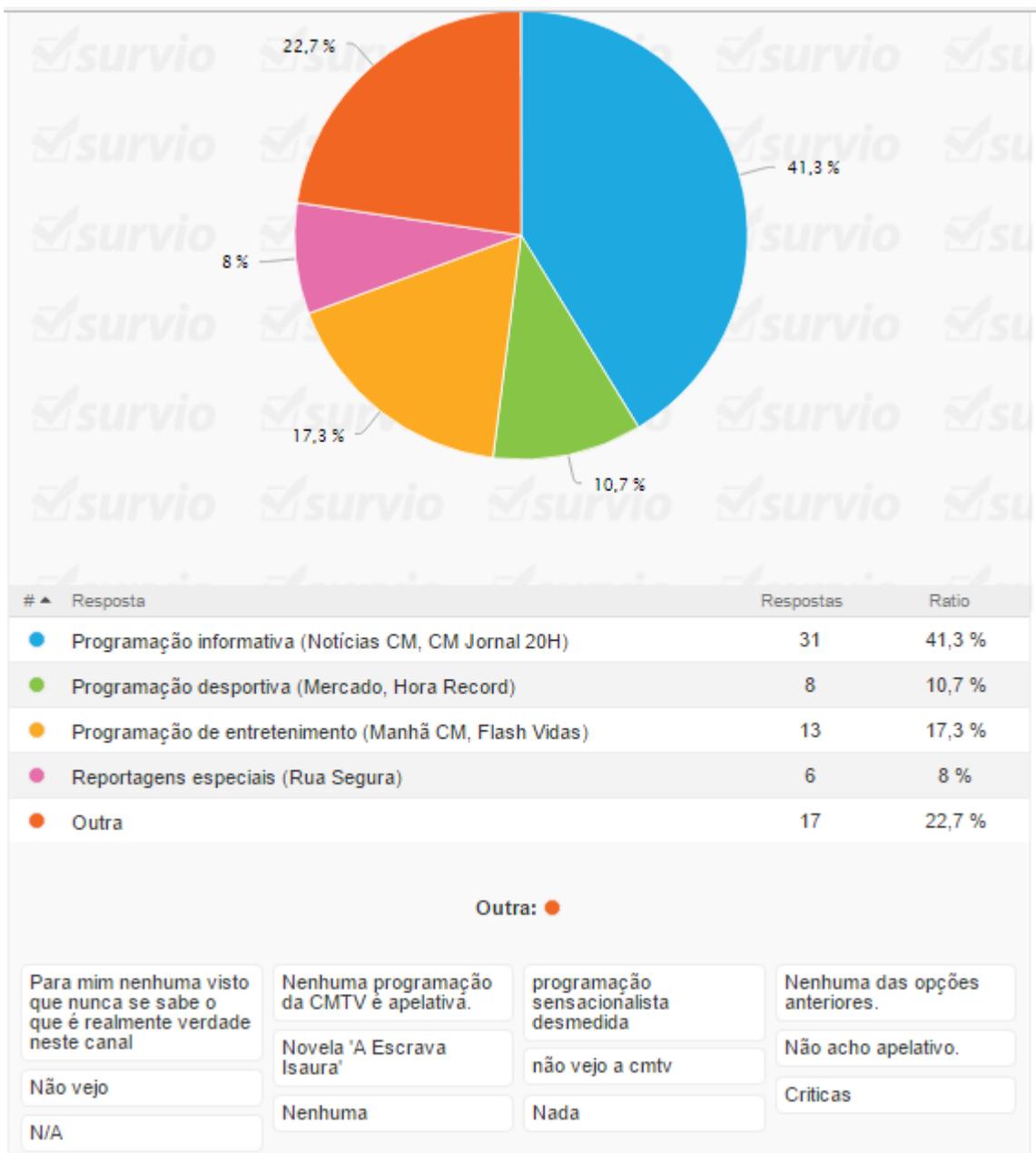
6 Se sim, a qual dos seguintes prefere assistir?



#	Resposta	Respostas	Ratio
1	SIC Notícias	37	45,1 %
2	TVI 24	20	24,4 %
3	RTP3	10	12,2 %
4	CMTV	10	12,2 %
5	Porto Canal	5	6,1 %



	● 1	● 2	● 3	● 4	● 5
Título/oráculos da notícia	3	1	18	41	37
Imagem de destaque	3	9	18	39	31
Complemento multimédia (videos, galerias de imagens)	2	7	24	43	24
Tema da notícia	1	1	9	37	52
Jornal/canal que a noticiou	4	14	31	32	19

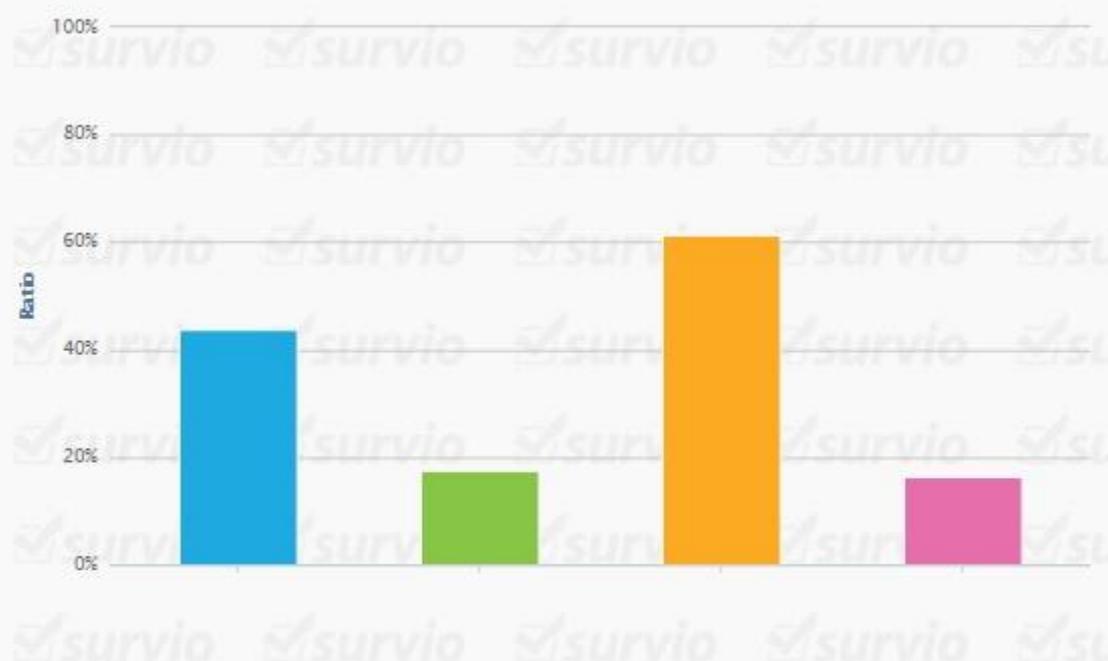


9 Porque razão é que acha que a opção que escolheu na pergunta anterior é a programação mais apelativa da CMTV? ▾			
Não costumo ver muita televisão, mas estou sempre atento ao panorama futebolístico e acho bastante interessante a abordagem que fazem na programação mercado. Em relação aos outros não vejo tanto.	Retrata o acontecimento com bastantes detalhes.	Porque é divertido.	É um tema que me interessa
Está relacionado com as minhas preferências	Porque é uma programação que vai ao pormenor nas notícias, por vezes em demasia, na minha opinião.	Não há programação apelativa na CMTV até pelo menos às 23h59m.	Porque fala da vida dos famosos e eu gosto
Costumam dar as informações em primeira mão e conseguem transmitir notícias de vários pontos.	Porque acho que a programação informativa da cmtv está muito bem elaborada e construída.	Tendo em conta que a linha editorial da CMTV segue os mesmos princípios de sensacionalismo do meio de comunicação impresso, na minha opinião não há qualquer programação apelativa na programação.	É a que (como dizer) mais se enquadra com o meio
É a área de informação que mais me interessa	A CMTV oferece ao público aquilo que o público quer, nos modos que o público quer, e conta com imensos representantes para conseguir noticiar acontecimentos em primeira mão.	A programação informativa é de entretenimento da CMTV não me agradam. A desportiva, embora tenha os mesmos defeitos da dos outros canais de informação, acaba por me prender a atenção de vez em quando.	Porque eles noticiam de maneira diferente, dão mais ênfase à notícia, pormenorizam mais as notícias.
Acho que os programas em que a CMTV fala sobre sociedade e até moda são interessantes e a forma como os apresentam em televisão chama-me a atenção.	As pessoas vivem para as sensações. A notícia é agora um entretenimento.	Porque muito raramente vejo CMTV.	Por ser a única transmitida pelo canal que não é feita de forma abertamente sensacionalista.
Acho que grande parte do público gosta de ver todas as notícias (ou melhor, todos os escândalos) em primeira mão e a CMTV está lá sempre.	São sempre os primeiros a dar as notícias, por isso vou sempre confirmar ao canal deles.	Porque está sempre atualizada e rapidez de informação.	A CMTV não tem filtro informativo e é de um sensacionalismo extremo que não é compatível com os valores jornalísticos que tenho em conta.
Não vejo CMTV... é muito sensacionalista para o meu gosto!	é o que diferencia dos outros canais. apresenta neste programa conteúdo que não será o comum aos outros media	Rapidez com que divulgam as notícias e alguns dos temas abordados	Quando penso em Correio da Manhã é nesta categoria que coloco o canal e em que acho que é mais relevante.
Porque todas as pessoas querem estar informadas e a CMTV está sempre em cima do	Não vejo a CMTV	Por via do sensacionalismo, do choque, e pela carência de ética e de normas deontológicas no desenvolvimento e consequente distribuição de produtos jornalísticos.	Essencialmente, Pelo sensacionalismo que imprime no que notícia. Já diz a velha história: "o povo hosta de ver sangue e assaltos in loco".
	Sempre que se ouve falar na cmtv é a criticar algo ou alguém		É a programação que vejo na CMTV.
			É aquela que mais gosto

É a área de informação que mais me interessa	conta com imensos representantes para conseguir noticiar acontecimentos em primeira mão.	não me agradam. A desportiva, embora tenha os mesmos defeitos da dos outros canais de informação, acaba por me prender a atenção de vez em quando.	Sensacionalista.
Acho que os programas em que a CMTV fala sobre sociedade e até moda são interessantes e a forma como os apresentam em televisão chama-me a atenção.	As pessoas vivem para as sensações. A notícia é agora um entretenimento.	Porque muito raramente vejo CMTV.	A CMTV não tem filtro informativo e é de um sensacionalismo extremo que não é compatível com os valores jornalísticos que tenho em conta.
Acho que grande parte do público gosta de ver todas as notícias (ou melhor, todos os escândalos) em primeira mão e a CMTV está lá sempre.	São sempre os primeiros a dar as notícias, por isso vou sempre confirmar ao canal deles.	Porque está sempre atualizada e rapidez de informação.	Quando penso em Correio da Manhã é nesta categoria que coloco o canal e em que acho que é mais relevante.
Não vejo CMTV... é muito sensacionalista para o meu gosto!	é o que diferencia dos outros canais. apresenta conteúdo que não será o comum aos outros media	Rapidez com que divulgam as notícias e alguns dos temas abordados	Essencialmente, Pelo sensacionalismo que imprime no que noticia. Já diz a velha história: "o povo hosta de ver sangue e assaltos in loco".
Porque todas as pessoas querem estar informadas e a CMTV está sempre em cima do acontecimento.	Não vejo a CMTV	Por via do sensacionalismo, do choque, e pela carência de ética e de normas deontológicas no desenvolvimento e consequente distribuição de produtos jornalísticos. Elementos que, apesar de contribuírem grandemente para o empobrecimento do setor, se traduzem, na mesma medida, em fontes de receita e lucro, no curto prazo. No fundo, é um gestão economicista de curto alcance que visa única e exclusivamente a captação de audiências, e a estupidificação das massas.	É a programação que vejo na CMTV.
Acho que eles sabem tudo por vezes até demais(risos)	Sempre que se ouve falar na cmtv é a criticar algo ou alguém		É aquela que mais gosto de ver e a que me chama mais à atenção.
São bastante dramáticos e acabam por prender o telespectador à notícia, mesmo que não seja 100% verdadeira.	Por serem reportagens especiais.		Porque as notícias são fresquinhas.
Porque transmite informação da atualidade e de temas diversos.	Porque nenhuma das outras apresenta grande credibilidade.		Noticias do mundo cor de rosa.
Têm sempre as novidades mais rápido que os outros canais.	No meu ponto de vista, o canal é de uma qualidade fraca em todos os sentidos. Por isso, apenas escolhi essa opção por ser a menos má de todas visto que nos fornece alguma informação atualizada.	Estão sempre no acontecimento e são os primeiros chegar ao local.	Porque é a única em que tenho interesse. Não me interessa por comentários de futebol nem por programas de entretenimento. E a programação informativa costuma ser mais frequente do que noutros canais informativos.

10 Dentro da programação informativa, qual acha que é a característica da CMTV que leva os espectadores a assistirem aos noticiários desse canal? (Caso queira, pode escolher mais do que uma opção).

Verticalmente Horizontalmente



#	Resposta	Respostas	Ratio
1	Rapidez com que os jornalistas chegam ao local da notícia	35	43,8 %
2	Grande número de diretos realizados	14	17,5 %
3	Temas abordados nas notícias (escândalos, mortes, etc)	49	61,3 %
4	Várias repetições do mesmo assunto ao longo dos noticiários	13	16,3 %

Anexo 5 – Entrevista a Ana Rita Basto, jornalista do Porto Canal, na íntegra.

- De uma forma geral, como descreves um dia de trabalho na redação do Porto Canal?

Um dia de trabalho na redação do Porto Canal não será muito diferente de outro canal, temos uma agenda previamente definida no dia anterior e depois temos equipas livres preparadas para sair a qualquer momento nos vários horários. Temos várias reuniões de alinhamento para definir a ordem das notícias nos jornais e fazemos também um planeamento semanal mais alargado para podermos com mais tempo perceber os temas que temos que dar mais atenção.

- Que tipo de notícias se enquadram melhor naquilo que o canal gosta de fazer chegar ao público?

Todos os assuntos que têm impacto na vida das pessoas, têm espaço no Porto Canal. Desde as questões do défice, escalões de IRS ou subida do preço do gás até às questões mais locais como o rebenfamento de uma conduta de saneamento, derrocada num prédio, incêndios ou crimes. Queremos que quem veja os nossos produtos esteja informado sobre o que se passa no país mas queremos também dar algo mais, chegar a locais que os outros não deem tanta atenção. Não há propriamente uma temática ou área que nós sigamos em detrimento de outra.

- Quais os pontos fortes do produto informativo criado no canal?

O ponto forte do produto informativo é a proximidade. Tentamos dar voz a problemas que afetam a região e tentamos também dar uma visão mais regional aos temas mais nacionais. Temos delegações em Bragança, Chaves, Vila Real, Braga, Guimarães, Tâmega e Sousa, Alto Minho, Viseu e Lisboa. Isso faz com que seja possível estar em sítios que nem todos estão e a dar reportagens com pessoas desse território. Além do Jornal das 13H, Jornal Diário e Último Jornal essa ligação é também feita através do programa Mundo Local, um programa diário com reportagens maioritariamente feitas pelas delegações. Outra vertente importante é a ligação ao FC Porto com blocos próprios de informação do clube, isso é por si só uma marca distintiva.

- Tendo em conta o crescimento em audiências da CMTV nos últimos meses, canal marcado pelo sensacionalismo e pela grande rede de diretos, houve mudanças na forma de trabalho no canal para tentar, de certa forma, combater ou acompanhar essa popularidade?

Não houve mudanças de fundo, o que mudou é que desde que existe a CMTV nós passamos a acompanhar também o que faziam como acompanhamos as outras televisões. Não passamos a fazer mais crime ou notícias sensacionalistas só porque a CMTV fez. Fazemos sempre uma análise se devemos fazer um direto, se justifica e o que acrescenta.

- Dos seguintes nove elementos do jornalismo, da autoria de Bill Kovach e Tom Rosenstiel, qual dirias que é aquele que é exercido com mais destaque no produto jornalístico do Porto Canal?

- 1. A primeira obrigação do jornalismo é com a verdade.**
2. Sua primeira lealdade é com os cidadãos.
3. Sua essência é a disciplina da verificação.

4. Seus praticantes devem manter independência daqueles a quem cobrem.
5. O jornalismo deve ser um monitor independente do poder.
6. O jornalismo deve abrir espaço para a crítica e o compromisso público.
7. O jornalismo deve empenhar-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante.
8. O jornalismo deve apresentar as notícias de forma compreensível e proporcional.
9. Os jornalistas devem ser livres para trabalhar de acordo com sua consciência.

Anexo 6 – Entrevista a Liliana Rodrigues, jornalista do Correio da Manhã/CMTV, na íntegra.

- De uma forma geral, como descreves um dia de trabalho na redação do CM/CMTV?

Os dias são sempre atípicos, apesar das diversas rotinas instaladas e que utilizamos diariamente na procura de notícias. Estamos sempre preparados para sair em reportagem e fazer diretos, já que é uma aposta do formato do CM /CMTV.

- Que tipo de notícias se enquadram melhor naquilo que o jornal/canal gosta de fazer chegar ao público?

O critério maior é sempre noticiar o que interessa ao nosso leitor/telespectador. Ou seja, procuramos sempre notícias situações que importem à vida de quem nos lê/vê, que chame à atenção e que de alguma forma possa mudar ser lhe útil. As preocupações sociais, nomeadamente com casos de denúncias de situações que afetam o bem estar da sociedade, estão entre as prioridades da linha editorial do CM e CMTV, que aposta sempre na investigação de casos que podem gerar indignação/polémica/estupefação.

- Quais os pontos fortes do produto informativo criado pela vossa equipa?

A proximidade é um dos pontos mais fortes. Notícias credíveis com assuntos que dizem algo ao leitor/telespectador. Vamos à aldeia mais escondida se justificar uma reportagem, sempre no sentido de apurar de perto e transmitir a realidade.

- A popularidade do canal não tem parado de crescer nos últimos meses. Quais são os aspetos que achas que mais têm contribuído para isso?

Os alertas em tempo real para situações que interessam o telespectador e o acompanhamento ao minuto desses casos. Nada fica por contar, todos os ângulos são analisados e apurados, sempre em direto se necessário. O elevado número de diretos na CMTV aproximam o telespectador que se senta no local do acontecimento.

- Dos seguintes nove elementos do jornalismo, da autoria de Bill Kovach e Tom Rosenstiel, qual dirias que é aquele que é exercido com mais destaque no produto jornalístico da CMTV?

Todas as regras citadas têm de estar presente na atitude do jornalista profissional, quando trabalha. Mas diria que a primeira obrigação do jornalismo é com a verdade. Se essa regra foi seguida, tudo o resto segue obrigatoriamente por acréscimo. A verdade é o alicerce do jornalismo.

- Uma das imagens de marca do canal é a quantidade de diretos e as várias vezes que os mesmos são repetidos. Achas que esse também é um dos fatores que levam as pessoas a ver a CMTV?

Costumamos dizer, que a CMTV é a primeira a chegar e a última a ir embora de um acontecimento. É quase uma regra. Tem a ver com a cobertura exaustiva de um acontecimento e acontece sempre que interessa ao telespectador. Permite ao telespectador estar no local, apesar do recato do sofá, e essa é umas das mais valias e atractivos da CMTV.